



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

**Influencia del comercio justo en la reducción de la
pobreza de los pequeños productores de cacao de la
Provincia de Los Ríos - Ecuador**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias

Administrativas

AUTOR

Darwin Fabian TOSCANO RUIZ

ASESOR

Raúl CAMARGO HERMOSILLA

Lima, Perú

2017



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Toscano, D. (2017). *Influencia del comercio justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos - Ecuador*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



**ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0015-UPG-FCA-2017 PARA
OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS**



ADMINISTRATIVAS


En la Ciudad Universitaria, a los veintiséis días del mes de junio del año dos mil diecisiete, siendo las once horas, en el aula 402 de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **Presidido** por el **DR. EMILIO JAVIER ROJAS VILLANUEVA**, e integrado por los miembros: **DR. RAÚL MOISÉS CAMARGO HERMOSILLA (Asesor)**, **DR. JUAN MANUEL BARREDA GUERRA (Miembro)**, **DR. NIKO CRUZ GONZALES (Miembro)** y **DR. EDWIN AUGUSTO VIGO SÁNCHEZ (Miembro)**; el postulante al Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, don **DARWIN FABIAN TOSCANO RUIZ**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **"INFLUENCIA DEL COMERCIO JUSTO EN LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS - ECUADOR"**, con el propósito de optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del Grado de Doctor en Ciencias Administrativas, los miembros del Jurado Examinador, procedieron a asignar la calificación siguiente:

BUENO (16)

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas Otorgar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, a don **DARWIN FABIAN TOSCANO RUIZ**. Se extiende la presente Acta en cinco originales y siendo las 12:08 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.


DR. EMILIO JAVIER ROJAS VILLANUEVA
PRESIDENTE


DR. RAÚL MOISÉS CAMARGO HERMOSILLA
ASESOR


DR. JUAN MANUEL BARREDA GUERRA
MIEMBRO


DR. NIKO CRUZ GONZALES
MIEMBRO


DR. EDWIN AUGUSTO VIGO SÁNCHEZ
MIEMBRO

DEDICATORIA

A mis hijos con amor

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi agradecimiento al Director de Tesis doctoral, Dr. Raúl Camargo Hermosilla, por el tiempo y apoyo brindado a esta investigación, por el respeto a mis sugerencias y por el asesoramiento facilitado.

La investigación es siempre fruto de ideas, proyectos y esfuerzos previos que corresponden a otras personas, mi más sincero agradecimiento al Dr. Leoni Silva Rojas, Director de Posgrado, trabajo fructífero en la Unidad Académica, quedará eternamente agradecido.

Al personal docente de la Facultad por entregar todos sus conocimientos en favor de la comunidad universitaria.

A todos muchas gracias

Darwin Fabián

INDICE GENERAL

CARATULA	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
LISTA DE TABLAS.....	VI
LISTA DE GRÁFICOS.....	VII
LISTA DE FIGURAS	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT	IX
1 CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
Situación problemática	1
1.1.1 La Provincia de Los Ríos.....	7
1.1.2 Características de la Provincia de Los Ríos.....	9
1.1.3 Caracterización de los pequeños productores del cacao	12
Formulación del problema.....	12
1.1.4 Problema general	12
Justificación teórica.....	13
Justificación práctica	13
Objetivos	14
1.1.5 Objetivo general	14
1.1.6 Objetivos específicos.....	14
Hipótesis.....	14
1.1.7 Hipótesis general	14
1.1.8 Hipótesis específicas.....	15
1.1.9 Identificación de variables.....	15
1.1.10 Operacionalización de las variables	16
1.1.11 Matriz de consistencia.....	18
2 CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	20
Marco filosófico o epistemológico de la investigación	20
Antecedentes de investigación.....	24
Bases teóricas.	29
2.1.1 El Comercio Justo.....	29
• Misión.....	32
• Visión	32

•	Objetivos estratégicos	33
1.	Consolidar a WFTO-LA como sede regional protagónica en las políticas de WFTO Global y referente articulador y promotor en el continente del Comercio Justo.	33
2.1.2	Teorías sobre el comercio internacional y el comercio justo	33
2.1.3	Actores sociales involucrados en el comercio justo.....	41
2.1.4	Productos Fair Trade	43
2.1.5	Principios esenciales del Comercio Justo	44
2.1.6	El sello Fair Trade	46
	Agenda Ecuatoriana para el Comercio Justo	52
	FLO-CERT	53
2.1.7	Pobreza	55
2.1.8	Necesidades básicas insatisfechas (NBI)	61
3	CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA	64
	Tipo y diseño de investigación.	64
	Unidad de análisis	64
	Población de estudio.....	65
	Tamaño de muestra.....	66
	Selección de muestra	67
	Técnicas de recolección de datos.....	67
	Análisis e interpretación de la información.	67
4	CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	68
	Análisis, interpretación y discusión de resultados	68
	Prueba de Hipótesis.	73
	Presentación de resultados.....	80
5	CAPÍTULO 5: IMPACTOS	105
	Propuesta para la solución de los problemas.	105
	Costos de implementación de la propuesta.	105
	Beneficios que aporta la propuesta	109
	CONCLUSIONES:	112
6	RECOMENDACIONES	114
7	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116
8	ANEXOS	119
	Anexo N° 1.- Encuesta realizada a los pequeños agricultores de la Asociación “La Esmeralda” en el cantón Montalvo Provincia de Los Ríos.....	119
	Anexo N° 2.- Instrumento de opinión de experto.....	123
	Anexo N°3.- Proyectos de capacitación y educación continua asociación “La Esmeralda”.	124
	Anexo N°4.- Proyectos de infraestructura física asociación “La Esmeralda”.	127
	Anexo N°5.- Índices de pobreza en el Ecuador 2010 – 2016.	130
	Anexo N°6.- Fotografías de la asociación cacaotera “La Esmeralda”.....	131

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Divisiones Administrativas de la Provincia de Los Ríos	9
Tabla 2. Área de cacao sembrada Prov. Los Ríos, años 2000-2010	10
Tabla 3. Producción de cacao provincias 2000 y 2010	11
Tabla 4. Agricultores que pertenecen a la asociación La Esmeralda	65
Tabla 5. Asociación de Cacaoteros de la Provincia de Los Ríos	66
Tabla 6. Asociación dimensiones	73
Tabla 7. Precio mínimo garantizado	75
Tabla 8. Pago prima de desarrollo	76
Tabla 9. Prefinanciamiento	78
Tabla 10. Construcción de la vivienda	80
Tabla 11. Sala comedor	81
Tabla 12. Número de dormitorios	82
Tabla 13. Estado de conservación del techo	83
Tabla 14. Estado de conservación de las paredes	83
Tabla 15. Estado de conservación de los pisos	84
Tabla 16. Fuente de acceso al agua	85
Tabla 17. Eliminación de excretas	86
Tabla 18. Tipo de tierra en sembrío de cacao	87
Tabla 19. Ingresos por venta de cacao	88
Tabla 20. Distribución de los ingresos por venta de cacao	89
Tabla 21. Definición de comercio justo	91
Tabla 22. Caracterización del comercio justo	92
Tabla 23. Comercialización bajo las condiciones de comercio justo	93
Tabla 24. Definición de precio mínimo garantizado	94
Tabla 25. Caracterización de precio mínimo garantizado	95
Tabla 26. Venta de cosechas con precio mínimo garantizado	96
Tabla 27. Definición de prima de desarrollo	97
Tabla 28. Caracterización de la prima de desarrollo	98
Tabla 29. Recibe prima de desarrollo	99
Tabla 30. Recibe pre financiación	100
Tabla 31. Ingresos bajo las condiciones de comercio justo	101
Tabla 32. Comercialización bajo las condiciones de comercio justo	102
Tabla 33. Mejora de las condiciones de vida con comercio justo	103
Tabla 34: Prima de desarrollo en comercio justo.	110
Tabla 35: Asociaciones del cantón Montalvo.- Producción.	110
Tabla 36: Proyectos de capacitación e infraestructura Asociación “La Esmeralda”	111
Tabla 37: Tasa de pobreza nacional	130

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa político de la Provincia de Los Ríos	8
Gráfico 2. Infraestructura habitacional.	80
Gráfico 3. Hogares que cuentan con sala-comedor	81
Gráfico 4. Número de dormitorios en los hogares	82
Gráfico 5. Conservación de la vivienda	84
Gráfico 6. Obtención principal de agua en el hogar	85
Gráfico 7. Evacuación en el hogar de excretas	86
Gráfico 8. Sembríos de cacao por familia	87
Gráfico 9. Venta de cacao en los últimos 2 años	88
Gráfico 10. Distribución de los ingresos por familia	89
Gráfico 11. Conceptualización de comercio justo	91
Gráfico 12. Caracterización del comercio justo	92
Gráfico 13. Comercialización temporal del comercio justo	93
Gráfico 14. Conceptualización de precio mínimo garantizado	94
Gráfico 15. Caracterización de precio mínimo garantizado	95
Gráfico 16. Cosechas y ventas de cacao por precio mínimo garantizado	96
Gráfico 17. Conceptualización de prima de desarrollo	97
Gráfico 18. Caracterización de prima de desarrollo	98
Gráfico 19. Prima de desarrollo por comercialización de cacao	99
Gráfico 20. Prefinanciación bajo condiciones de comercio justo	100
Gráfico 21. Mejora de los ingresos por venta cacao bajo condiciones de CJ	101
Gráfico 22. Acceso a la comercialización bajo las condiciones de CJ	102
Gráfico 23. Condiciones para el desarrollo de comercio justo	103

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. La planta de cacao	2
Figura 2. El sello Fair Trade de Comercio Justo	48
Figura 3. Marquesinas internas	131
Figura 4. Marquesina externa	131
Figura 5. Cajones de fermentación	132
Figura 6. Secadora Zaranda	132
Figura 7. Secado definitivo del cacao orgánico	133
Figura 8. Ensacado del cacao fino de aroma	133
Figura 9. Dirigentes de la asociación	134

RESUMEN

Los estudios reflejan los resultados de una investigación realizada con el objetivo de determinar de qué manera el Comercio Justo influye en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos; para ello se utilizaron los métodos: observación científica, análisis documental, etnográfico, inductivo-deductivo, análisis y síntesis e histórico lógico; así como el método estadístico que permitieron corroborar la hipótesis de que la comercialización del cacao a través del sistema Comercio Justo, disminuye los índices de pobreza de los pequeños productores de la Provincia de Los Ríos en Ecuador. Los pequeños agricultores de cacao asociados a esta alternativa de comercio han disminuido paulatinamente los indicadores de pobreza, no obstante de existir asincronía entre la praxis y el nivel de conocimiento de los productores de cacao sobre las características y ventajas de este tipo de comercio como los precios mínimos, pago de primas de desarrollo y prefinanciamiento ; de aquí la necesidad de acometer estrategias de capacitación que permitan a la colectividad asegurar una toma de decisión democrática en cuanto a la utilización del excedente generado y poder continuar elevando los estándares de vida de las familias.

Palabras clave: Comercio Justo, pobreza, producción de cacao.

ABSTRACT

This studies reflects the results of an investigation carried out with the objective to determine how the Fair Trade influence in the reduction of the poverty of the small cocoa producers of the Province Los Rios, to this end methods were used: scientific observation documentary analysis, ethnographic, inductive-deductive, analysis and synthesis and historic logical; as well as the statistical method that allowed to corroborate the hypothesis that the marketing of cocoa through Fair Trade system, diminishes the poverty rates of small producers of the province of the rivers in Ecuador. The small farmers of cocoa associated with this alternative trade have gradually diminished poverty indicators, however exist to asynchrony between the praxis and the level of knowledge of the cocoa producers on the features and benefits of this type of trade as the minimum prices, payment of premiums for development and prefinancing; from here the need to undertake training strategies to enable the community to ensure a democratic decision-making in regard to the use of the surplus generated and to be able to continue raising the living standards of families.

Keywords: Fair Trade, poverty, cocoa production.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

Situación problemática

El cacao es un árbol originario de las selvas de América Central y del Sur, su nombre científico es *Theobroma cacao*, en griego *Theobroma* significa “comida de los dioses”. Crece mejor en climas ecuatoriales donde hay abundantes precipitaciones durante todo el año y donde hay temperaturas relativamente estables, de entre 25 – 28 grados centígrados. Este árbol se demora de 4 a 5 años para producir frutos y de 8 a 10 años en lograr su máxima producción, esto dependerá del tipo de cacao y las condiciones de la zona. Sus frutos son leñosos en forma de haba alargada y aparecen sobre la copa de los árboles y debajo de sus ramas. Estos frutos, dependiendo del tipo de cacao pueden ser de color amarillo, blanco, verde o rojo, que oscurece al madurar. La fruta mide entre 10 y 32 cm. de largo y entre 7 y 10 cm. de ancho y pesa entre 200 gr. y 1 kg. En su interior contiene entre 20 y 60 semillas dispuestas en 5 filas rodeadas con una pulpa gelatinosa y azucarada. Cuando el fruto está maduro, se corta y se extraen sus semillas, se las fermenta retirando la baba de la semilla y se seca. El color interno de grano es de color marrón oscuro y tiene un agradable sabor. (Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca y Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación, 2010)

El cacao es conocido en el Ecuador como la “pepa de oro”, que dominó por varios siglos la generación de divisas para el país, antes del boom del petróleo, dando lugar al aparecimiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, industria y el comercio. El cacao es uno de los más significativos símbolos del país. Durante casi

un siglo, el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao. (PROECUADOR, 2013).



Figura N° 1 La planta de cacao

Este producto es la base de la economía familiar campesina de la costa, las estribaciones de la Cordillera de los Andes y la Amazonia. Es el producto que genera el mayor ingreso, pues un 60% del presupuesto de las familias campesinas se financia con la comercialización de este producto, además es un rubro importante dentro de la balanza comercial del Ecuador, destacándose como un capital social, por estar presente en la mayoría de las huertas, fincas y parcelas campesinas. El Ecuador, es el primer productor de cacao fino del mundo (y octavo productor de cacao) con un 62% de la producción de esta clase de cacao, que a diferencia de otros productos, es una riqueza de nuestro país que está distribuida en cien mil familias de pequeños y medianos productores. (Ministerio de Agricultura, 2012, pág. 7)

Ecuador ocupa el séptimo lugar como país productor mundial de Cacao (PPMC), no obstante en el mercado mundial de cacao fino y de aroma es el primero con más del 70% de la producción global, seguido de Indonesia con un 10%, la región que concentra la mayor superficie cosechada de cacao es la región Costa, que en el 2009 registró el 80% de la superficie total a nivel nacional. Las provincias que cuentan con una

mayor superficie cosechada de cacao son: Manabí, Los Ríos y Guayas, también tienen una participación Esmeraldas, el Nororiente, El Oro. Las principales provincias de la región Sierra que cultivan cacao son: Cotopaxi, Bolívar, Cañar, en menor participación. (PROECUADOR, 2013).

La producción de cacao en el Ecuador está localizada en 23 de las 24 provincias. Se trata de “cultivo solo” y cultivos asociados con otras especies. La mayor concentración del cultivo del cacao se encuentra en las provincias del litoral (Los Ríos, Guayas, Manabí, Esmeraldas y El Oro), en las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes y en las provincias del nororiente del Ecuador (Sucumbíos, Orellana y Napo). En las provincias de Orellana y Sucumbíos, se estima que en los últimos años la superficie sembrada se ha incrementado aproximadamente 20.000 ha. de cacao tipo Nacional, constituyéndose esta zona, en el transcurso de dos a tres años en una de las principales proveedoras de cacao para la exportación; por otra parte, la zona sur oriental en particular la Provincia de Zamora Chinchipe poco a poco ingresa en el mapa productor de Cacao Nacional Fino o de Aroma. (Ministerio de Agricultura, 2012, pág. 7).

En el Ecuador no existe un gremio a nivel de productores que represente al sector; los ecuatorianos han privilegiado el trabajo individual sobre el trabajo colectivo, seguramente porque al trabajar solos se avanza muy rápido aunque definitivamente no se llega lejos.

El nivel de asociatividad es muy bajo y de hecho no existen gremios fuertes en ningún nivel, haciendo un breve análisis se puede llegar a la conclusión de que el nivel de asociatividad obedece entre otros a los siguientes factores:

- Tenemos una tierra increíblemente fértil que hace que con una jornada de trabajo que es más bien corta (5 horas), se produzca lo suficiente para satisfacer las necesidades básicas, el campesino cubre lo básico aun cuando no produce mucho.
- Nuestro país es una isla de paz, Colombia y Perú han sufrido la presencia de grupos subversivos que de forma constante y permanente atacan a las comunidades haciendo que estas se

organicen como una forma de garantizar la supervivencia provocando que las comunidades estén y trabajen asociadas.

- Ecuador no ha sufrido tragedias o desastres naturales de gran magnitud o importancia, que hayan provocado que la gente se una, cuando ocurre un desastre natural este se resuelve en poco tiempo, por ejemplo, cuando el país ha sido afectado por el Fenómeno del Niño y se inunda, en pocas semanas se vuelve a la normalidad, Colombia por ejemplo lleva 2 años (2009 y 2010) con serios problemas de inundaciones que no han logrado resolver. (Ministerio de Agricultura, 2012, pág. 15).

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Censo Agrícola del año 2000, en Ecuador existen alrededor de 100 mil productores de cacao, de este universo, sólo un 20% se ha organizado en torno a diferentes organizaciones más bien pequeñas (< a 100 socios); no hay organizaciones de productores con 3 mil o más socios, y existen varias experiencias u organizaciones que representan a varias provincias; pero no se ha formalizado todavía una organización que represente a todos los cacaoteros a nivel nacional.

Desde febrero del 2010, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) conjuntamente con las organizaciones de productores ha identificado la necesidad de formar un gremio fuerte, representativo, incidente, con ámbito nacional, de productores cacaoteros; Provincialmente se están consolidando las Mesas Provinciales del Cacao en Esmeraldas, Manabí y Napo. (Ministerio de Agricultura, 2012, pág. 15)

El precio del cacao

La ONG, Coordinadora Estatal de Comercio Justo (Coordinadora Estatal de Comercio, 2014), en su publicación Cuadernos de Comercio Justo, presenta una monografía respecto al precio del cacao, el cual reproducimos por ser estudio completo y de interés.

Como cualquier otra materia prima, el precio del cacao está sometido a importantes y continuas fluctuaciones. A partir de 1980 comenzó una

profunda caída que le llevó a situarse en el 2000 en una cuarta parte de su valor inicial. Desde entonces invirtió la tendencia y llegó a doblarse, si bien hoy en día sigue estando a la mitad del precio de hace tres décadas. En paralelo a esta tendencia bajista, los ingresos que perciben los cacaocultores por la venta de su producción se han visto reducidos progresivamente. ...Se estima que, si nada cambia, el exceso de demanda que se generará presionará al alza del precio del cacao hasta doblarse de aquí al 2020, retomando valores de hace 36 años. ... Más allá de la evolución a medio y largo plazo, estas variaciones en los precios se producen prácticamente a diario. Hay días en los que el precio de venta se desvía en más de un 30% con respecto al precio medio de ese año. Esta **volatilidad** genera una situación de extrema inseguridad para todos los actores implicados en la cadena de valor del cacao, pero especialmente para las y los campesinos que no cuentan con la capacidad de invertir en cosechas futuras o adquirir seguros contra las variaciones de los precios como sí hacen las transnacionales que compran el grano. Resulta casi impensable invertir en mejoras de la producción unos ingresos por venta ya de por sí ínfimos cuando ni siquiera se puede planificar qué precio se percibirá por dicha cosecha.

¿Pero quién fija el precio de venta del cacao? Como ocurre con muchos otros productos básicos, el precio del cacao se determina en mercados internacionales, principalmente en las bolsas de Londres y, sobre todo, de Nueva York. Diversos factores influyen en la cotización del cacao: las cosechas (dependientes de variables climáticas, plagas, etc.), la situación política de los países productores (conflictos armados o cambios legislativos que puedan afectar al volumen cosechado o a las exportaciones), la demanda internacional, los factores de producción (disponibilidad de mano de obra, tierras, pesticidas, etc.), la productividad, las inversiones en las plantaciones, el nivel de los *stocks* de grano procedente de cosechas pasadas que acumulan los *grinders*, pero también y cada vez más la especulación en mercados de futuros.

Como ocurre en otros sectores, la paradoja que se esconde detrás de estos desequilibrios es que la balanza se inclina a favor de un puñado de actores y en detrimento de quienes, sin embargo, son amplia mayoría los

millones de productores de cacao. La dificultad y, a la postre, imposibilidad para condicionar desde la producción el precio de venta se debe principalmente a dos factores: la desorganización de las y los agricultores y la relación de dependencia que mantienen con los compradores. Para el primer factor, valga el ejemplo de Ghana, segundo productor mundial, donde solo el 10% de las y los cacao cultores están organizados en algún tipo de entidad campesina. Allí donde los productores están unidos, consiguen reequilibrar en parte la balanza y negociar no solo mejores precios de venta, sino también que la relación comercial resulte algo más beneficiosa y equitativa.

El segundo elemento que explica el escaso poder que tienen las y los cacao cultores a la hora de influir en el precio al que venden su cosecha es el grado de dependencia que mantienen con los compradores. Siguiendo con el ejemplo de Ghana, se calcula que el 80% de las y los productores de cacao venden su cosecha a un único comprador. Y en la mitad de los casos, se trata siempre de la misma empresa. Y, como ya vimos, la venta de cacao es la principal (aunque escasa) fuente de ingresos de estos campesinos. Difícil pues renegociar las injustas condiciones de venta, cuando no se cuenta con otras opciones a las que vender la producción y cuando se depende casi por entero de los ingresos que genera su venta. De esta forma, el precio de compra no solo viene impuesto desde fuera, sino que se suele acompañar de un implícito «o lo tomas, o lo dejas» (pp.10-12).

La variabilidad de los precios del cacao en el ámbito internacional, es corroborada por la International Cocoa Organization ((ICCO), 2013), del cual Ecuador es miembro desde el 25 de setiembre del 2013, en su informe anual 2012/2013, señala:

Los precios internacionales medios del cacao experimentaron durante la campaña 2012/13 un descenso interanual del 0,4%. Medidos por el precio diario ICCO, se situaron en una media de DEG 1.552 por tonelada en la campaña 2012/2013 y de DEG 1.558 en 2011/2012. El análisis presentado recoge los movimientos de los futuros precios en la bolsa NYSE LIFFE de

Londres y en la ICE Futures U.S. de Nueva York, junto con la evolución consiguiente del precio diario ICCO durante el año cacaotero 2012/2013. A principios de la campaña, los precios del cacao experimentaron una evolución errática, antes de sufrir una serie de descensos a finales del 2012 y principios del 2013. Los mercados recuperaron en abril su tónica alcista, pero posteriormente, durante el mes de mayo, predominaron los movimientos más bien laterales.

A mediados de septiembre, a finales de la campaña cacaotera, los precios del cacao alcanzaron su cota más elevada en un año, situándose en £1.702 por tonelada en Londres y en US\$2.638 por tonelada en Nueva York. Esta subida de los precios se debía más que nada a la noticia de un déficit mundial superior a lo esperado para 2012/2013, y al nuevo déficit previsto para la campaña 2013/2014. La persistencia del tiempo seco en la región de África Occidental intensificó la preocupación por una posible falta de suministros de cacao. (p. 28)

1.1.1 La Provincia de Los Ríos

Provincia de Los Ríos, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, su capital es Babahoyo y su ciudad más poblada es Quevedo. Es considerada como uno de los más importantes centros agrícolas del Ecuador.



Gráfico N° 1. Mapa político de la Provincia de Los Ríos

Se encuentra en la zona centro occidental del país, con 6.254 km² tiene una forma alargada a través de la cual se extiende una gran planicie o sabana, lo que permite la agricultura. Limita al este con la Provincia de Bolívar y al oeste con la de Guayas. Se caracteriza por un clima tropical caluroso, con una marcada estación seca entre los meses de junio y noviembre. El invierno, de diciembre a julio, es muy lluvioso y caluroso. La temperatura promedio oscila entre los 22°C y 33°C. La mayor parte del terreno es plana, las mayores elevaciones no superan los 500 metros sobre el nivel del mar. En las estribaciones de la cordillera de Los Andes hacia el noroeste se encuentran elevaciones como los cerros de Samama, Mube, el ramal de Sibimbe y el cerro Cacharí. En síntesis, el relieve de Los Ríos diferencia dos zonas: la de las sabanas y la de las lomas. Posee un sistema hidrográfico muy denso considerando el tamaño de la Provincia. Se destaca el río Babahoyo, que alimenta el caudal del río Guayas. Poblaciones y ríos comparten nombres en la mayoría de los casos como ocurre con: Babahoyo, Caracol, Catarama, Ventanas, Zapotal, Vinces o Quevedo. La abundante presencia de ríos es aprovechada al máximo en las extensas plantaciones que cubren buena parte de la Provincia. Las pozas o humedales poseen una gran cantidad de flora y fauna, aquí

habitan 72 clases de aves, entre ellas garzas, tambuleras, patos, cuervos, gallaretas, valdivias, pericos y pacharacos. El bosque tropical que bordea la cordillera suministra maderas de importancia económica.

Los Ríos se divide en 13 cantones: 30 parroquias urbanas y 17 parroquias rurales

Tabla 1
Divisiones Administrativas de la Provincia de Los Ríos

Cantón	Pob. (2013)	Área (km²)	Cabecera Cantonal
Baba	39.681	516	Baba
Babahoyo	153.776	1.076	Babahoyo
Buena Fe	63.148	569	San Jacinto de Buena Fe
Mocache	38.392	562	Mocache
Montalvo	24.164	362	Montalvo
Palenque	22.320	570	Palenque
Puebloviejo	36.477	336	Puebloviejo
Quevedo	173.575	303	Quevedo
Quinsaloma	16.476	280	Quinsaloma
Urdaneta	29.263	377	Catarama
Valencia	42.556	707	Valencia
Ventanas	71.093	288	Ventanas
Vinces	71.736	603	Vinces
	782,657		

Fuente. Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC

Con 782.657 habitantes en 2013, Los Ríos es la cuarta Provincia más poblada del país, debido principalmente al reciente desarrollo de la industria. Las ciudades con mayor actividad comercial como Quevedo y Babahoyo son polos de crecimiento demográfico interno.

Su composición demográfica al 2013 era 51.2% hombres y 48.8% mujeres con un analfabetismo del 9.3%.

1.1.2 Características de la Provincia de Los Ríos

La Provincia de Los Ríos se destaca como un sector importante para la economía del Ecuador, es tradicionalmente agrícola, tiene su desenvolvimiento dependiente principalmente de la agricultura por poseer suelos fértiles y condiciones favorables para el desarrollo agropecuario.

Según el Gobierno Provincial de Los Ríos y la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades - (2010) más del 85% de la superficie sembrada con cultivos permanentes se concentran en cacao (34%), banano (30%), palma africana (15%) y maracuyá (10%). El restante de la superficie es ocupada con cultivos como: arroz, plátano, soya y una gran variedad de frutas tropicales, muchos de estos destinados para la exportación, y que aportan de manera directa para la generación de empleo, divisas, alimentos y materia prima para la industria.

Con respecto a la actividad cacaotera Nacional, esta tiene un peso muy importante en la economía, encontrando 434.419 has destinadas a este cultivo, para el año 2000; diez años después, se registró un incremento del 13,08%, llegando a tener 491.221 ha. (Tabla 3). No ocurre la misma tendencia en la Provincia de Los Ríos, donde para el año 2000 se tenían sembradas 100.706 has, encontrando un ligero incremento (4,05%) en los siguientes 10 años, alcanzando las 104.788 has en 2010.

Tabla 2

Área de cacao sembrada nivel nacional y en la Provincia de Los Ríos, durante la década de los años 2000-2010

Año	Área sembrada – ha.	
	Nacional	Provincia de Los Ríos
2000	434419	100706
2001	415327	100066
2002	374045	97116
2003	383711	99425
2004	366927	95326
2005	406866	96781
2006	407868	93873
2007	422985	92443
2008	455414	96293
2009	468840	100014
2010	491221	104788

Fuente: MAGAP; SIGAGRO, 2011.

En cuanto a producción, la Provincia de Los Ríos presentó 18.277 t, para el año 2000, observando un incremento de 173% hasta el año 2010, donde se consiguió cosechar 50.008 t de almendra seca. Es interesante el gran incremento que ha tenido la Provincia en productividad, si se considera el

pequeño aumento de área de siembra entre el año 2000 y 2010. De este modo, se ha conseguido elevar la productividad en 0,30t, todo esto, mayormente debido a que durante esta década se ha extendido el área sembrada con la variedad CCN-51, que es más productiva.

Asimismo, la Provincia de Los Ríos para el año 2010, ocupa un segundo lugar en producción de cacao con 23,56%, como se observa en la Tabla 3, quedando solo por debajo de la Provincia del Guayas que alcanzó 32,03%, quien lidera la producción a nivel nacional con 212.240 t.

Tabla N° 3.
Producción de cacao provincias 2000 y 2010

Provincias	Producción			
	t	%	t	%
	2000		2010	
Azuay	824	0,76	1 097	0,52
Bolívar	1 582	1,47	3 814	1,80
Cañar	1 413	1,31	2 748	1,29
Carchi	0,00		0,00	
Chimborazo	106	0,10	123	0,06
Cotopaxi	1 344	1,25	4 790	2,26
El Oro	6 104	5,66	7 687	3,62
Esmeraldas	22 483	20,83	23 330	10,99
Galápagos	0,00		0,00	
Guayas	17 468	16,19	67 979	32,03
Imbabura	0,00		0,00	
Loja	210	0,19	39	0,02
Los Ríos	18 277	16,94	50 008	23,56
Manabí	28 717	26,61	28 860	13,60
Morona Santiago	396	0,37	387	0,18
Napo	755	0,70	4 341	2,05
Orellana	550	0,51	3 164	1,49
Pastaza	133	0,12	129	0,06
Pichincha	966	0,90	2 873	1,35
Santa Elena	0,00		42	0,02
Sto. Domingo de los	1 975	1,83	7 639	3,60
Tsáchilas				
Sucumbíos	513	0,48	2 947	1,39
Tungurahua	0,00		0,00	
Zamora Chinchipe	249	0,23	243	0,11
Zonas en Conflicto/1	3 846	3,56	0,00	
Total	107 911	100,00	212 240	100,00

Fuente: MAGAP; SIAGRO, 2011.

1.1.3 Caracterización de los pequeños productores del cacao

Hechos y situaciones que se presentan en los pequeños productores

Los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos, por lo general no poseen ningún tipo de tecnología, adicionalmente tienen que dedicarse a otro tipo de actividad sea en la agricultura o comercio para completar su renta. Este hecho se basa en la problemática que enfrenta la producción de cacao, que entre varios de los factores que contribuyen a que el pequeño productor enfrente dificultad económica y social, están la baja productividad, problemas en la comercialización y la baja cantidad de tierras que posee.

- Recursos de capital muy limitados y que no sobrepase al 20% del valor total de la tierra (equipos, herramientas y animales);
- La mano de obra utilizada en la finca es básicamente familiar, muy raramente contrata personal a ser pagado o intercambia fuerza de trabajo con otros similares.
- Bajo nivel de educación, cultura, capacidad de gestión y conocimiento tecnológico.
- Insuficientes ingresos económicos derivados de la actividad de producción, por lo que él o algún miembro de la familia son asalariados temporarios.
- Son miembros de pequeñas asociaciones creadas por el gobierno u Organizaciones no Gubernamentales (ONGs).
- Tienen dificultad para acceder a insumos de producción así como para comercializar su producto.

Formulación del problema

1.1.4 Problema general

¿De qué manera el Comercio Justo influye en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos?

1.2.1. Problemas específicos

- a) ¿En qué medida los precios mínimos garantizados por el Comercio Justo, contribuye en los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos?
- b) ¿De qué manera el pago de prima de desarrollo del Comercio Justo contribuye a mejorar los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos?
- c) ¿Cómo el prefinanciamiento de los pedidos del Comercio Justo contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos?

Justificación teórica

El propósito de la investigación es poner de relieve la teoría del Comercio Justo, que propugna la economía social solidaria, en donde el factor principal es el capital social. De acuerdo, a los teóricos la economía social y solidaria es un factor del capital social y un elemento que contribuye al desarrollo económico y local sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos, especialmente de la región cinco.

Justificación práctica

Justificación práctica: esta investigación pretende conocer las percepciones de los pequeños productores de cacao que están afiliados a una organización de productores del Comercio Justo, respecto de sus ventajas y desventajas de entregar su producción a su asociación.

La investigación que se realizará, servirá para que otros investigadores, tengan la oportunidad de proseguir con esta línea de investigación, en mayor profundidad y en otros aspectos que el Comercio Justo plantea.

Objetivos

1.1.5 Objetivo general

Analizar de qué manera el Comercio Justo influye en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos

1.1.6 Objetivos específicos

- a) Explicar en qué medida los precios mínimos garantizados del Comercio Justo contribuye en los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.
- b) Evaluar de qué manera el pago de la prima de desarrollo del Comercio Justo contribuye a mejorar los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.
- c) Analizar como el prefinanciamiento de los pedidos que hace el Comercio Justo contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Hipótesis

1.1.7 Hipótesis general

En la medida que el Comercio Justo influya de manera favorable, entonces, habrá una disminución de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

1.1.8 Hipótesis específicas

- a) El pago garantizado de los precios mínimos que otorga el Comercio Justo a la producción contribuye a mejorar los ingresos de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.
- b) El pago de la prima de desarrollo por parte del Comercio Justo contribuye a mejorar los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.
- c) El prefinanciamiento de los pedidos que otorga el Comercio Justo contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

1.1.9 Identificación de variables

Variable Independiente:

X. El comercio Justo

Variable Dependiente

Y. Disminución de la pobreza

1.1.10 Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores
Variable independiente El Comercio Justo	El Comercio Justo pretende mejorar de forma efectiva el nivel de vida de los productores del sur, y los consumidores por su parte tienen la convicción de que la compra de estos productos conlleva consecuencias políticas de desarrollo. Con todo el dinero captado por las organizaciones no gubernamentales (ONG), la administración y los donantes privados para el apoyo de Comercio Justo, añadido a todo el dinero que los consumidores pagan por productos de Comercio Justo a un precio más alto, invertir en proyectos de desarrollo los cuales son posiblemente más efectivos.	Desde el punto de vista operacional el Comercio Justo se caracteriza por la fijación de precios mínimos, normalmente superiores o independientes de los precios mundiales de mercado, el pago de una prima social; la compra directa a los productores, con el propósito de acortar la cadena de aprovisionamiento; los productores se organizan, con frecuencia en cooperativa; el Fomentó de la producción biológica y sostenible; y no hay abuso de los trabajadores y los sindicatos deben estar permitidos.	X1. Precio mínimo garantizado X2. Prima de desarrollo X3. Prefinanciación de los pedidos

<p>Variable dependiente</p> <p>Pobreza</p>	<p>Pobreza convergen en el hecho de que ésta hace referencia a una carencia o insuficiencia de recursos u oportunidades para acceder a un grupo de necesidades básicas., la pobreza puede ser medida como la privación al acceso a servicios de salud, educación, servicios básicos, o los bajos niveles de consumo kilo calórico, o la falta de ingresos que permitan acceder a bienes y servicios de mercado.</p>	<p>Desde la perspectiva de los aspectos observables de la pobreza, los métodos principales de medición son dos: (1) El método indirecto (o método del ingreso o consumo): mide el nivel de vida a partir de los ingresos o consumo de las personas u hogares. (2) El método directo (o método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) o de los indicadores sociales: Utilizado en el presente indicador, define a un hogar como pobre cuando adolece de carencias graves en el acceso a educación, salud, nutrición, vivienda, servicios urbanos y oportunidades de empleo.</p>	<p>Y1. Ingresos del hogar</p> <p>Y2. Necesidades básicas insatisfechas</p>
---	---	--	--

1.1.11 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
General				
¿De qué manera el Comercio Justo influye en la disminución de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos?	Analizar de qué manera el Comercio Justo influye en la disminución de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.	En la medida que el Comercio Justo influya de manera favorable, entonces, habrá una disminución de la pobreza de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.	Variable Independiente X. El Comercio Justo Indicadores: X1. Precio mínimo garantizado X2. Prima de desarrollo X3. Prefinanciación de los pedidos	Tipo de Investigación <ul style="list-style-type: none"> cuantitativo Diseño <ul style="list-style-type: none"> no experimental, transversal descriptivo Población corresponde a la Asociación de Cacaoteras de la Provincia de Los Ríos, específicamente en el Cantón de Montalvo, en las cuales existen 22 asociaciones de productores de cacao Muestra: <ul style="list-style-type: none"> 323 agricultores asociados Técnicas <ul style="list-style-type: none"> Encuestas Toma de información
Específicas				
a) ¿En qué medida los precios mínimos garantizados por el Comercio Justo, contribuye en los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos?	a) Explicar en qué medida los precios mínimos garantizados del Comercio Justo contribuye en los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.	a) El pago garantizado de los precios mínimos que otorga el Comercio Justo a la producción contribuye a mejorar los ingresos de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.	Variable Dependiente Y. Pobreza Indicadores Y1. Ingresos del hogar Y2. Necesidades básicas insatisfechas	
b) ¿De qué manera el pago de la prima de desarrollo del Comercio Justo contribuye a mejorar los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos?	b) Evaluar de qué manera el pago de la prima de desarrollo del Comercio Justo contribuye a mejorar los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.	b) El pago de la prima de desarrollo por parte del Comercio Justo contribuye a mejorar los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.		

c) ¿Cómo el prefinanciamiento de los pedidos del Comercio Justo contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos?	c) Analizar como el prefinanciamiento de los pedidos que hace el Comercio Justo contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.	c) El prefinanciamiento de los pedidos que otorga el Comercio Justo contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.		<ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental
---	---	---	--	---

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

Marco filosófico o epistemológico de la investigación

Los investigadores sociales: (Jubeto, Yolanda y Guridi, Luis, 2014) en su publicación denominada: ***Diálogos sobre Economía Social y Solidaria en Ecuador*** como resultado sus estudios sobre: *las vinculaciones entre desarrollo económico local y economía social y solidaria*, cuyo objetivo es apoyar y consolidar la economía social y solidaria en la Provincia de Loja (Ecuador), en el proceso de transición que vive la sociedad ecuatoriana hacia el Sumak Kawsay. En esta obra analizan y describen los antecedentes y fundamentos de la filosofía de la economía social y solidaria que son las bases filosóficas del comercio justo. Respecto de la economía solidaria afirman: “hace referencia a un conjunto heterogéneo de concepciones y enfoques teóricos, realidades socio-económicas e institucionales, y prácticas empresariales y asociativas,...se puede decir que la economía solidaria es un fenómeno complejo con diferentes facetas: económicas, sociales, políticas, culturales y ambientales, que constituyen un *proyecto ético de vida*” (p. 26).

Los autores hacen referencia a Luis Razeto, un economista chileno, como el pionero en hablar de economía solidaria en Latinoamérica a inicios de la década de los ochenta, interpretan su pensamiento como una “disciplina teórica que toma la solidaridad, la cooperación y la reciprocidad como fuerzas económicas efectivamente existentes en la realidad social y con posibilidades de crear nuevas formas de hacer economía socialmente eficaces y eficientes” (p.28)

Asimismo afirman que, algunos principios de la economía andina, son tomados por la economía solidaria para dotarlos de contenido, desde el *ayllu*, como sistema de organización de vida. Se genera la economía complementaria, relaciones económicas en complementariedad y reciprocidad con la vida, la Madre Tierra, la comunidad y la familia, complementan su estudio en esta parte afirmando: “Las prácticas comunitarias del pueblo aymara (*ayni, tampus, tumpa, muyta*, etc.), por ejemplo, ofrecen ejemplos de aplicación de la lógica de la economía comunitaria en las políticas públicas” (p.39)

Los principios de la economía social y solidaria, de acuerdo a los autores son: “*equidad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social y democracia directa*,... como una alternativa viable y sostenible para la satisfacción de las necesidades individuales y globales, y aspira a consolidarse como un instrumento de transformación social” (p.44).

En el compendio ***Economía social y solidaria en movimiento***, el colaborador Pablo Guerra en (Coraggio, 2016), desarrolla el tema de la economía solidaria desde la perspectiva cristiana, bajo el título de ***La contribución de los movimientos sociales al proyecto de otra economía social y solidaria***, sostiene: “el cristianismo ha sido fundamental para explicar el origen y desarrollo de movimientos como el cooperativismo y la economía solidaria”. (47). Destaca que la doctrina cristiana, la solidaridad se refiere a que los seres humanos somos hijos de Dios. Asimismo señala que: “el cristianismo ha sido fundamental para explicar el origen y desarrollo de movimientos como el cooperativismo y la economía solidaria”. (47).

Al respecto reseña experiencias que impulsó las comunidades cristianas, tanto laicas y sacerdotales tales como:

La construcción del modelo comunitario y cooperativo de la Diócesis de San Gil y Socorro (Colombia), que justamente tiene origen en los sesenta, bajo la impronta del padre Ramón González. La experiencia de San Gil no puede ser analizada sin tener en cuenta justamente el clima de renovación que provoca el Concilio y la fuerza doctrinal del desarrollo humano

promovido desde entonces por la DSI (Bucheli, 2006; Fajardo, 2009). También es el caso de El Salinerito (Ecuador), una experiencia de cooperativismo creada en 1970 por los salesianos para fomentar el desarrollo humano y solidario en una pequeña localidad que hoy, 40 años después, es reconocida por la calidad de sus productos lácteos y el fortalecimiento logrado en su comunidad; lo mismo que el FEPP, creado a impulsos de la encíclica de Pablo VI y que a lo largo de 40 años ha apoyado a miles de familias por medio de programas de economía solidaria y comercio justo en Ecuador.

Maquita Cuschunchic (Ecuador, 1989) donde sobresale la figura del P. Masón; J'anteletic (México, 1995) grupo de pequeños productores de café apoyados por la Obra Kolping; las Ferias de Economía Solidaria de Santa María (Brasil) realizadas desde 1994 a partir de la obra de la Cáritas local; o incluso las Ferias de Economía Solidaria de Uruguay que se originan en 2002 a partir de una iniciativa de Cáritas uruguaya. (pp 50-51)

Moacir Gadotti otro colaborador en el compendio ***Economía social y solidaria en movimiento*** en (Coraggio, 2016), Afirma que la economía solidaria es un fenómeno complejo, que genera valores solidarios, de respeto al medio ambiente, involucra a personas comprometidas con un mundo más solidario, ético y sustentable estrechamente ligada a la educación transformadora y a la democracia económica.

En el tema ***Educación popular y economía solidaria***, el autor dice:

La economía solidaria no se reduce a un *producto*, a un objeto; se constituye en un sistema que va mucho más allá de los emprendimiento solidarios, es, sobre todo, la adopción de un *concepto*. La economía solidaria respeta el medio ambiente, produce sin utilizar mano de obra infantil, respeta la cultura local y lucha por la ciudadanía y la igualdad. Implica el comercio justo, la cooperación, seguridad en el trabajo, trabajo comunitario, equidad de género y consumo sustentable, producción sin sufrimiento de personas o animales. (p.75)

Sobre el tema de ***La economía solidaria como praxis pedagógica***, sustenta su propuesta afirmando:

Una de las características más importantes de la economía solidaria es su sistema de *gestión*, completamente diferente al del sector privado capitalista. La gestión capitalista está ligada a la acumulación de capital y al lucro, mientras que la gestión solidaria está relacionada a la mejoría de la calidad de vida de los asociados, al emprendimiento económico solidario. Entendemos por *emprendimiento económico solidario* aquella actividad económica de producción, distribución, consumo, ahorro y crédito, organizado sobre la forma de autogestión. Los emprendimientos solidarios se distinguen de los emprendimientos capitalistas porque tienen una gestión democrática, relaciones intersubjetivas de trabajo, trabajo en red, participación ciudadana, mutualismo, respeto a los derechos sociales y de los trabajadores, y la superación del trabajo alienado. (p. 77)

Pablo Guerra, en su libro ***Socioeconomía de la solidaridad***, (Guerra, 2014), desarrolla una teoría de la economía solidaria, que muestra en los hechos la necesidad de incorporar la solidaridad como elemento estructural en los comportamientos económicos. Teoriza sobre el comercio justo así:

Un mercado justo deberá conciliar los dos principios del individualismo ético que rescata Dworkin el principio de igual valor, según el cual es intrínseco, objetivo e igualmente importante que los seres humanos lleven vidas prósperas; y el principio de la responsabilidad especial, de manera que “vivir bien” exige tanto un compromiso personal como un entorno social en el cual se respeta y estimula ese compromiso (Dworkin, 1996). De acuerdo con estos principios, se puede llegar a pensar que un referente adecuado sea el del *igualitarismo de bienestar*, es decir, que todos seamos iguales en satisfacción, placer, etcétera.

Dworkin propone de esta manera un modelo de distribución igual de recursos, donde nadie “envidie” (en términos económicos) los recursos de otros: “Alguien envidia los recursos de otro cuando prefiere aquellos otros recursos y el patrón de trabajo y consumo que los produce, en lugar de sus propios recursos y elecciones (Dworkin, 1996, pp. 64-65). Este criterio, a nuestro entender, permite que consideremos justo aquel mercado en el que cada uno de los sujetos económicos esté conforme por

los frutos obtenidos con sus recursos movilizados, partiendo de la base de que: a) esos recursos están democráticamente distribuidos, y b) pueden ser pluralmente utilizados y combinados. (p.132-133)

Antecedentes de investigación

En la Tesis: “La Sombra y El Guapotal: Dos realidades distintas de afrontar los problemas de la industria del café y cómo el comercio justo aumenta la calidad de vida de los/as pequeños/as productores/as”, las autoras de la investigación, arriban a las siguientes conclusiones:

1. Según nuestra investigación encontramos que el CJ ha tenido un impacto positivo tanto en los hogares como en la comunidad de El Guapotal, entre los que encontramos el control de todo el proceso de producción, la estabilidad e incremento de los ingresos, la tendencia a la conservación de sus tierras y la inversión en su desarrollo social, sobretodo en educación.
2. En relación al riesgo compartido que subraya el estudio de la CLAC (Bacon et al, 2007) podemos comprobar que es cierto, ya que justo este año las empresas de CJ se han visto afectadas por comprar el café a precios más elevados.
3. La comunidad de El Guapotal se ve beneficiada indirectamente. Según las entrevistas, hay menos emigración por la estabilidad de los puestos de trabajo que ofrecen los/as productores/as de CJ y la posibilidad de pedir créditos blandos a la cooperativa. Las primas de CJ se invierten en la comunidad y los beneficios ambientales son notables.
4. El empoderamiento en El Guapotal es palpable en las entrevistas, donde consideran que dentro de CJ tienen voz, y donde su opinión es tomada en cuenta. Ellos deciden sobre su propio desarrollo de manera conjunta.

“En la cooperativa siempre nos vemos para compartir y para discutir y ver qué retos nos vamos a plantear. Mientras que los comerciantes que no

están en la cooperativa, estos no les interesa cuales sean nuestros proyectos” (Entrevista personal Melba Flores)

Especialmente es notable el empoderamiento en relación a las mujeres, que participan tanto de la toma de decisiones en las asambleas comunitarias como de la organización. Encontramos mujeres en puestos de responsabilidad de la cooperativa y la integración por otro lado del hombre en las tareas del hogar, en muy pequeña escala. Al igual que se comenta en el informe de Intermón Oxfam (2012), a pesar de haber mejorado la posición de las mujeres en el hogar, todavía queda mucho que hacer para conseguir una verdadera equidad de género. (María Fernández Suarez, y Maribel Hernández Romero, 2012)

En la tesis, “El justo sabor del cacao: Desafíos y ventajas del comercio justo del cacao”, el autor de la investigación, informa en sus conclusiones:

1. El comercio del cacao ocupa una posición relevante para los pequeños productores dentro de la economía ecuatoriana y global. Sin embargo, una gran mayoría de ellos viven en condiciones de pobreza y su desventajosa posición en la cadena de comercialización les otorga un débil poder de negociación.
2. Los sellos de certificación pueden ofrecer garantías acerca de las condiciones de producción y comercialización a los consumidores; sin embargo, existe una gran cantidad de ellos, lo cual tiende a confundir al consumidor. Es más, todos los actores involucrados tienen objetivos específicos: los consumidores quieren productos de calidad y algunos de ellos quieren saber que los productores recibieron un precio justo y otros se interesan además en que se respete el ambiente si van a pagar por un precio más alto; los productores, por su parte, se vinculan a la certificación para obtener un mejor precio y a veces también como parte de una estrategia organizativa; y los compradores, finalmente, buscan una diferenciación para su producto, y condiciones de producción garantizadas con el fin de percibir ganancias económicas. A la diversidad de actores corresponde una diversidad de intereses y de énfasis en los objetivos que comparten en grados variables.

3. La certificación del comercio justo tiene sus fortalezas y debilidades. Algunos productores explican que los estándares del comercio justo están lejos de la realidad de los productores, otros explican que el alto costo de la certificación excluye a los grupos de productores más marginalizados, y algunos activistas y consumidores comentan que la certificación del comercio justo ha sido captada por las grandes corporaciones que suministran un pequeño porcentaje de su cacao a través de cadenas “justas”. Sin embargo, la certificación trae beneficios económicos, y una asociación con una buena organización interna es capaz de enfrentar la burocracia de la certificación y puede lograr aumentos en sus ingresos debido al premium.
4. Una de las respuestas a estas debilidades de la certificación del comercio justo es el comercio directo que pretende eliminar el pago a las certificadoras, crear relaciones íntimas entre los compradores y los productores, y excluir los trámites burocráticos de estas relaciones. Sin embargo, la eliminación del intermediario de la cadena de comercialización genera importantes desafíos logísticos para los productores y no permite que los compradores que deciden utilizar esta modalidad puedan beneficiarse de una economía de escala.
5. Debido a la necesidad de establecer una relación sin intermediarios tradicionales entre productores y compradores, los productores y asociaciones de agricultores más aislados y marginalizados sin los recursos para costear una certificación ni para hacer un contacto con un comprador se quedan excluidos de ambos modelos. Se abre una línea investigativa
6. Para comprender con mayor profundidad las estrategias de integración en la inclusión de estos productores en las cadenas alternativas de comercialización.
7. Se recomienda que el Estado intervenga difundiendo, informando y apoyando acerca del proceso de solicitud de certificaciones, e incluso debería considerarse que el Estado financie los costos de las certificaciones para apoyar a las organizaciones que no poseen los recursos para optar por este mercado, y potenciar a aquellas organizaciones que sí han podido costearlos en el pasado. Además

del apoyo con la certificación, el Estado debería aumentar su apoyo a los pequeños productores con políticas específicas y una mejor diferenciación de precio del cacao Nacional, ya que los pequeños productores son los que producen la mayoría de este cacao. La entrega de plantas de cacao CCN-51 representa una contradicción en la política del Estado, ya que en su discurso pretende fomentar la producción del cacao Nacional. Un premium y un sistema de identificación que ayuda a evitar la mezcla de los tipos de cacao podría promover la producción de cacao Nacional. (Stoler, 2012).

En la Tesis: “Capacidad operativa del gobierno local para la promoción del comercio justo y la incorporación de sus beneficios en los planes de desarrollo local: Municipalidad Provincial de Sullana – Piura” MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SULLANA – PIURA, el tesista formula las siguientes conclusiones:

1. Se identifica Comercio Justo con política social. Se acepta la compatibilidad de las normas y conceptos de política social municipal con las del Comercio Justo. El desarrollo social que plantea en sus planes la Municipalidad Provincial de Sullana, tiene relación con el que genera el Comercio Justo. Sus objetivos generales se orientan a la lucha contra el desempleo y la pobreza. Por parte de la municipalidad existe acercamiento con el sector agrícola y con el de la producción, lo que posibilita y facilita la atención futura a la agricultura orgánica beneficiaria del Comercio Justo. Hay un convencimiento que la municipalidad si puede y debe integrar a los productores en sus diferentes planes y se evidencia predisposición para incorporar normas específicas a favor de su inclusión. Sin embargo, debe tomarse muy en cuenta que muchas de las decisiones son de naturaleza política sin el debido rigor técnico.
2. Existe capacidad operativa en los diferentes recursos con que cuenta la municipalidad, pero son limitados e inapropiados en algunos casos, para atender eficientemente a los productores. Los recursos humanos son insuficientes y sin la debida especialización para atender los diferentes procesos técnicos y administrativos

como la producción, comercialización, mercados, oportunidad etc. que exige el comercio internacional con que se vinculan los productores. Su estructura organizacional no es la más adecuada para incorporar la organización de los productores. Resulta improvisada, incompleta y no responde a la visión, misión y objetivos institucionales de acuerdo a su marco teórico, lejana de la práctica y obsoleta. Se demuestra la necesidad de capacitar a los profesionales y la posibilidad de integrar a otros para la atención requerida. ...

3. La situación social y productiva de los productores justifica plenamente su incorporación o atención en la gestión municipal. Su economía mejora progresivamente, han partido de una situación de pobreza y en algunos casos de pobreza extrema. Tienen necesidades prioritarias aún no resueltas. En el campo social requieren atención por ejemplo en servicios públicos básicos. En infraestructura productiva, construcción de vías para transportar su producción, tecnología, asistencia técnica, capacitación, recursos financieros etc. Por otro lado existe un gran número de productores y de recursos productivos a la espera de oportunidad para incorporarse a la agricultura orgánica de exportación y al beneficio del Comercio Justo.
4. El aporte a la comunidad y al desarrollo local por parte de los productores está incluido en sus propios planes y ya lo ejecutan. La actividad de la agroexportación a través del Comercio Justo genera empleo, ejecuta obra pública, implementa actividades sociales en salud, educación, dinamiza la economía local etc. Invierten montos importantes producto de la prima transferida por el Comercio Justo en función a los niveles de producción exportada. Los proyectos y actividades ejecutadas por los productores son parte de las responsabilidades y competencias de la municipalidad. ... (Brossar del Rosario, 2010).

Bases teóricas.

2.1.1 El Comercio Justo

El comercio justo es una forma alternativa de comercio promovida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de las Naciones Unidas y por movimientos sociales y políticos (como el pacifismo y el ecologismo) que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores.

En su artículo “La igualdad en la globalización: la idea de Comercio Justo y Justicia”, (Cleves, 2013) sobre el Comercio Justo afirma: ... el término “Comercio Justo”, que viene de la concepción inglesa “Fair Trade”, se refiere a un intercambio de bienes y servicios en donde se garantiza a los productores más pobres y vulnerables una compensación justa por su trabajo. Desde esta perspectiva el “comercio justo” se trata de una alternativa del comercio tradicional que busca en que los consumidores adquieran los productos lo más directamente posible de los campesinos y artesanos que los producen, dando lugar a que mediante la eliminación de los intermediarios se abarate el costo de transacción. (p. 28).

Génesis.

En los años de 1940-1950; comenzó en Estados Unidos el movimiento del Comercio Justo. Allí se desarrollaron las primeras iniciativas: la organización Ten Thousand Villages (antes, Self Help Crafts) empezó comprando bordados de Puerto Rico, y otra entidad, SERRV, vendía artículos de artesanía realizados por comunidades del Sur. Muchos de estos artesanos estaban luchando contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a los intermediarios. En esta nueva forma de comercio solidario encontraron la posibilidad de garantizar unos ingresos adecuados a su producción, evitar los intermediarios innecesarios y facilitar su acceso a los mercados internacionales.

En 1958 se abre la primera tienda formal de “Comercio Justo”. Casi simultáneamente, en Europa, la ONG Oxfam en Reino Unido empezó a vender artesanías fabricadas por refugiados chinos en sus propios locales. En 1964 creó la primera Organización de Comercio Justo. En este mismo año en la **“Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo”** (UNCTAD) los países del Sur, bajo el lema “Comercio, no ayuda”, solicitaron la aprobación de unas reglas comerciales más justas. En este contexto, organizaciones y particulares promovieron la creación de tiendas “UNCTAD”, que vendían productos del llamado “Tercer Mundo” en Europa, evitando los aranceles de entrada.

En 1967 se crea la primera organización importadora de Comercio Justo en Holanda (Fair Trade Organisatie). Dos años más tarde, abre la primera tienda europea, denominada “tienda del tercer mundo”. A partir de ahí comienza a establecerse la red de tiendas solidarias en varios países: Holanda, Alemania, Suiza, Austria, Francia, Suecia, Gran Bretaña y Bélgica.

En las décadas de los 60 y 70 comienzan a establecerse organizaciones de productores de Comercio Justo en África, América Latina y Asia.

1973 es un año clave en la historia del Comercio Justo ya que se comenzó a distribuir café, el primer artículo de alimentación. Se trataba de café producido por cooperativas de agricultores de Guatemala bajo el nombre “Indio Solidarity Coffee”. Esto supuso un importante crecimiento del Comercio Justo.

En los años 1970 y 1980, el aumento de las actividades favoreció el desarrollo de muchos productores. Además, comenzaron a incorporarse otros productos de alimentación (té, miel, azúcar, cacao, frutos secos, etc.) y artesanías.

En 1984 se celebró la primera reunión de tiendas, un hecho que sentó las bases de lo que sería la red News de Tiendas del Mundo en Europa, establecida formalmente en 1994. Actualmente integra a unos 3000 establecimientos en casi 20 países.

En 1987, once importadoras europeas constituyen la Asociación Europea de Comercio Justo, y dos años más tarde se crea IFAT (hoy WFTO, Organización Mundial de Comercio Justo) que actualmente agrupa a 400 organizaciones de todo el mundo.

En 1996, la red celebró el Día de las Tiendas del Mundo Europeas, iniciativa que fue acogida por IFAT (actualmente WFTO), y que supuso el primer paso para el establecimiento del Día Mundial del Comercio Justo. Esta celebración comenzó el 4 de mayo de 2002, y en la actualidad tiene lugar el segundo sábado de mayo.

En 1997 se crea Fair Trade Labelling Organizations Internacional (FLO). Cinco años más tarde lanzó un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo llamado Fair Trade (Internacional Fair Trade Certification Mark).

En 2004 la Asociación Internacional de Comercio Justo (WFTO) desarrolla un sistema de evaluación de las organizaciones y formaliza la marca Organización de Comercio Justo de IFAT, para las entidades que cumplen con los requisitos. Al año siguiente comienza a funcionar el sistema de gestión de la calidad con el fin de mejorar y unificar las normas, definiciones y procedimientos actuales del Comercio Justo.

Hoy el Comercio Justo es, además de un sistema comercial solidario y alternativo, un movimiento global. Se calcula que existen más de 3000 organizaciones de productores en más de 50 países del Sur. Sus productos pueden ser adquiridos en miles de tiendas especializadas y otros establecimientos convencionales. Asimismo el sector está involucrado en foros y espacios de debate internacionales. La coordinación global de WFTO se asienta sobre 5 capítulos regionales, que son:

- COFTA – África
- WFTO Asia
- WFTO Latinoamérica
- WFTO Europa
- WFTO Pacífico,

World Fair Trade Organization Latin America – WFTO-LA

WFTO-LA es la Oficina Regional para Latinoamérica de la **Organización Mundial del Comercio Justo** (World Fair Trade Organization – WFTO). Actualmente, la red regional está formada por 63 miembros provenientes de 13 países de América Latina. Su misión institucional es fortalecer las capacidades de incidencia, comercialización y monitoreo de los miembros de WFTO-LA y promover relaciones de cooperación entre los mismos y con otros actores sociales, de modo a contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de pequeños productores de América Latina, atendiendo a los principios del Comercio Justo.

La Oficina Regional se encuentra en Quito (Ecuador), desde donde las compañeras Catalina y Zulma se encargan de articular toda la asistencia a los miembros y la recepción de nuevas membresías.

- **Misión**

Fortalecer las capacidades de incidencia, comercialización y monitoreo de los miembros de WFTO-LA y promover relaciones de cooperación entre los mismos y con otros actores sociales, de modo a contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de pequeños productores de América Latina, atendiendo a los principios del Comercio Justo.

- **Visión**

Ser reconocidos en la región como el interlocutor válido de las organizaciones que promueven un comercio en condiciones más justas y como promotor del acceso a mercados, basado en las capacidades técnicas y empresariales de sus miembros, así como en la valorización del patrimonio cultural.

- Objetivos estratégicos
 1. Consolidar a WFTO-LA como sede regional protagónica en las políticas de WFTO Global y referente articulador y promotor en el continente del Comercio Justo.
 2. Promover la incidencia pública en la región con el fin de ampliar las condiciones institucionales y sociales para el Comercio Justo y la Economía Solidaria.
 3. Promover el desarrollo de mercados de Comercio Justo, a través de la investigación, el fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones productoras y comercializadoras, y la promoción de nuevos mercados (Sur-Sur). (WFTO, 2015)

2.1.2 Teorías sobre el comercio internacional y el comercio justo

El 17 y 18 de diciembre del 2013, en el hotel Marriott CasaMagna, Cancún-México, se llevó a cabo la ponencia titulada *Comercio justo y economía social solidaria: Una alternativa de integración económica*, cuyo contenido fue publicada por World Business Institute, con sede en Australia, del cual transcribimos un resumen de dicha ponencia como aporte a la investigación.

Los ponentes señalaron:

La parte teórica descansa en dos vertientes, por una parte, están las teorías del comercio internacional soportadas en la teoría económica clásica desarrolladas principalmente por (Smith, 1776) David Ricardo y (Krugman y Wells, 2008) y por otro lado, las teorías del comercio justo que están soportadas en las teorías de la economía social solidaria con (Corragio, 2006) y (Stiglitz, 2006) y finalmente constituyen un factor del capital social con los teóricos Bourdieu y Putman, ...La parte teórica del comercio internacional, reposa en la teoría clásica. En donde la teoría económica, señala que existe un bienestar con el libre comercio y la ventaja comparativa en la producción de un bien cuando para producirlo se utilizarán intensivamente los factores que son abundantes en un país específico teoría que desarrollaría David Ricardo y más tarde Hecksher-Ohlin

con la dotación de los factores y en esta primera etapa el intercambio tendrá que ver con los precios relativos. ...En tal sentido podemos decir que la economía mundial ha sido un proceso de configuración tanto es sus modos de producción, sus patrones de comercialización y las políticas implementadas. Generando cambios positivos y también han quedado actores desplazados por la misma dinámica inherente al mercado en este caso muchos de los productores de las economías en desarrollo de los países del Sur. ...Para ello se considera que prácticas de una economía más social y mecanismos de un comercio más equitativo en sus transacciones es una vía alterna de desarrollo que puede generar efectos positivos para los sectores marginados. ...Así, la parte teórica del comercio justo reposa en las teorías de la economía social solidaria, en donde el factor principal es el capital social. De acuerdo, a los teóricos de capital social como Bourdieu y Putman el capital social es el agregando de los actuales o potenciales recursos que están relacionados con la posesión de una red perdurable de relaciones más o menos institucionalizada de conocimiento y reconocimiento mutuo, en otras palabras, es la pertenencia a un grupo que le brinda a cada uno de sus miembros un respaldo social, una credencial que le permite acreditarse, de los beneficios mutuos en los diversos sentidos de la palabra (Palafox, 2012). ...Por otra parte, están las teorías de los organismos: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), así como el Banco Mundial (BM). En donde la parte esencial de la teoría descansa en las redes perdurables entre grupos con un respaldo social de acuerdo a su solidaridad y vía cohesión social (Palafox, 2012). ...En tal sentido, la economía social y solidaria es un factor del capital social y un elemento que contribuye al desarrollo económico y local. Así, en los últimos años una serie de prácticas y discursos asociados al concepto de una economía más social y solidaria se han venido implementando en varios países como: África, Europa, Estados Unidos y América Latina. ...Estos emprendimientos desde una lógica económica van

desde lo micro como lo son: pequeñas experiencias barriales, comedores comunitarios, grupos de mujeres, ferias e intercambios de trueque en algunas comunidades indígenas. ...Y como lo señalan (Caracciolo y Foti, 2003) emprendimientos familiares y los trabajadores de la vía pública, aún no han tenido la oportunidad de acercar sus intereses entre sí y con otros sectores sociales, en el modo de organizarse y ser así más consecuentes y eficientes en su defensa. No obstante también deben considerarse dentro de la economía social, pues dependen de su propio esfuerzo y trabajo para salir adelante. La temática de la economía social y solidaria es vista para este análisis como un factor del capital social y como un elemento que contribuye al desarrollo económico y local. Es decir, para este análisis es importante vincular el comercio justo con la economía social solidaria. Si el comercio justo se expresa en formas de solidaridad, es que al haber una economía social y solidaria hay un comercio más justo y también viceversa. (Plafox, German; Ochoa, Adriana; Espejel, Joel, 2013)

La red de economía solidaria (Red de Economía, 2016), en su artículo Comercio Justo, hace mención que la Organización Mundial del Comercio Justo, establecen los criterios que deben cumplir las organizaciones que trabajan en Comercio Justo, como sigue:

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas.

La reducción de la pobreza mediante el comercio constituye la parte fundamental de los objetivos de la organización. Ésta apoya a los pequeños productores marginados ya sean empresas familiares independientes, o agrupados en asociaciones o cooperativas. Su objetivo es que puedan pasar de la pobreza y la inseguridad de los ingresos a una autosuficiencia económica y propia. La organización cuenta con un plan de acción para llevarlo a cabo.

2. Transparencia y responsabilidad

La organización es transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales. Es responsable ante todos sus grupos de interés y respeta la sensibilidad y confidencialidad de la información comercial que le es proporcionada. La organización encuentra medios apropiados y participativos para involucrar a los empleados, miembros y productores en sus procesos de toma de decisiones. Asegura que la información pertinente sea proporcionada a todos sus socios comerciales. Los canales de comunicación son buenos y abiertos a todos los niveles de la cadena de suministro.

3. Prácticas comerciales justas

La organización comercializa con preocupación por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores marginados y no maximizan sus ganancias a expensas de ellos. Es responsable y profesional en el cumplimiento de sus compromisos de una manera puntual. Los proveedores respetan los contratos y entregan los productos a tiempo y con la calidad y especificaciones deseadas.

Los compradores de Comercio Justo reconocen las desventajas financieras que los productores y proveedores enfrentan, asegurar que los pedidos sean pagados al recibo de los documentos y de acuerdo con las guías en adjunto. Un prepago de por lo menos el 50% se hace si así es solicitado. Cuando los proveedores del Comercio Justo del Sur reciben un prepago de los compradores, ellos aseguran que este pago sea transferido a los productores o agricultores que hacen o desarrollan sus productos de Comercio Justo.

Los compradores consultan con los proveedores antes de cancelar o rechazar pedidos.

Cuando los pedidos son cancelados por causas ajenas a los productores o proveedores, una compensación adecuada es garantizada por el trabajo ya hecho. Los proveedores y productores consultan con los compradores si hay un problema con la entrega y aseguran que una compensación sea proporcionada cuando las

cualidades y las cantidades entregadas no coinciden con lo facturado.

La organización mantiene relaciones a largo plazo basadas en la solidaridad, la confianza y el respeto mutuo que contribuyen a la promoción y el crecimiento del Comercio Justo. Mantiene una comunicación efectiva con sus socios comerciales. Las partes involucradas en la relación comercial buscan aumentar el volumen comercial entre ellas y el valor y la diversidad de su oferta de productos como un medio de crecimiento del Comercio Justo para los productores con el fin de aumentar sus ingresos. La organización trabaja en cooperación con las otras Organizaciones de Comercio Justo en el país y evita la competencia desleal. Se evita duplicar los diseños de patrones de otras organizaciones sin permiso.

El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales, productos alimentarios y otros servicios relacionados.

4. Pago de un precio justo

Un precio justo es aquel que ha sido establecido de mutuo acuerdo por todos a través del diálogo y la participación, que proporciona un pago justo a los productores y también puede ser sostenido por el mercado. Cuando las estructuras de precio de Comercio Justo existen, estos son utilizados como mínimo. Pago justo significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local) considerado por los propios productores como justos, y que tenga en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre mujeres y hombres. Las organizaciones de Comercio y de Importación de Comercio Justo apoyan el desarrollo de capacidades según sea necesario a los productores, que les permita establecer un precio justo.

5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.

La organización se adhiere a la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y a la ley nacional/local sobre

el empleo de los niños. La organización asegura que no hay trabajo forzoso en su mano de obra y/o miembros o trabajadores a domicilio.

Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo de los grupos de productores ya sea directamente o a través de intermediarios aseguran que no se utiliza el trabajo forzoso en la producción y los productores cumplen con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del niño, y la ley nacional/local sobre el empleo de los niños. Cualquier participación de niños en la producción de artículos de Comercio Justo (incluyendo el aprendizaje de un arte tradicional o artesanal) siempre es comunicada y monitoreada y no afecta negativamente al bienestar, la seguridad, los requisitos educativos y la necesidad de jugar de los niños.

6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical)

La organización no discrimina en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, terminación o jubilación por motivos de la raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, unión de membresía (afiliación sindical), afiliación política. HIV/Sida, estatus o edad. La organización proporciona oportunidades para las mujeres y los hombres a desarrollar sus habilidades y fomenta activamente las solicitudes de las mujeres para puestos de trabajo y para los cargos de liderazgo en la organización. La organización toma en cuenta las necesidades especiales de salud y seguridad de las mujeres embarazadas y madres en período de lactancia. Las mujeres participan plenamente en las decisiones concernientes al uso de los beneficios resultantes del proceso de producción.

La organización respeta el derecho de todos los empleados a formar asociaciones y afiliarse a sindicatos de su elección y a negociar colectivamente. Cuando el derecho a afiliarse a sindicatos y la negociación colectiva está restringido por la ley y/o el medio ambiente político, la organización permitirá medios de asociación

independiente y libre y la negociación para los empleados. La organización asegura que los representantes de los empleados no son objeto de discriminación en el lugar de trabajo. Las organizaciones que trabajan directamente con los productores aseguran que las mujeres siempre sean retribuidas por su contribución al proceso de producción, y cuando las mujeres hacen el mismo trabajo que los hombres se les paga con la misma tarifa que a los hombres. Las organizaciones también buscan garantizar que, en situaciones de producción donde se valora menos el trabajo femenino que el trabajo de los hombres, el trabajo de las mujeres sean revaloradas para igualar las tarifas de remuneración y a las mujeres se les permita llevar a cabo trabajos de acuerdo a sus capacidades.

7. Asegurar buenas condiciones de trabajo.

La organización proporciona un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados y/o miembros. La organización cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y locales y convenios de la OIT sobre salud y seguridad.

Las horas de trabajo y las condiciones para los empleados y/o de los miembros (y cualquier trabajador a domicilio) cumple con las condiciones establecidas por las legislaciones nacionales y locales y los convenios de la OIT.

Las organizaciones de Comercio Justo son conscientes de las condiciones de salud y seguridad en los grupos de productores de quienes ellos compran. Ellos buscan, de manera permanente, crear conciencia sobre temas de salud y seguridad y mejorar las prácticas de salud y seguridad en los grupos de productores.

8. Facilitar el desarrollo de capacidades.

La organización tiene por objeto aumentar los efectos positivos de desarrollo para los pequeños productores marginados a través del Comercio Justo.

La organización desarrolla las habilidades y capacidades de sus propios empleados o miembros. Las organizaciones que trabajan directamente con los pequeños productores desarrollan

actividades específicas para ayudar a estos productores a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a los mercados locales, regionales o internacionales de Comercio Justo y los mercados principales, como sea adecuado.

Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo en el Sur asisten a estas organizaciones para desarrollar su capacidad para apoyar a los grupos de productores marginados con quienes trabajan.

9. Promoción del Comercio Justo

La organización crea conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo y de la necesidad de una mayor justicia en el comercio mundial a través del Comercio Justo. Aboga por los objetivos y las actividades de Comercio justo de acuerdo con el ámbito de alcance de la organización. La organización ofrece a sus clientes información sobre sí misma, los productos que comercializa, y las organizaciones de productores o socios que elaboran o cosechan los productos. Se utilizan siempre técnicas honestas de publicidad y de comercialización.

10. Respeto por el medio ambiente

Las organizaciones que producen productos de Comercio Justo maximizan el uso de materias primas de fuentes gestionadas en forma sustentable en sus áreas de distribución, comprando a nivel local cuando sea posible. Utilizan las tecnologías de producción que buscan reducir el consumo de energía y en lo posible las tecnologías de uso de energías renovables que reduzcan al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero. Ellos tratan de minimizar el impacto de sus residuos sobre el medio ambiente.

Los productores de productos agrícolas de Comercio Justo minimizan sus impactos ambientales, mediante el uso de plaguicidas orgánicos o de bajo uso de pesticidas en los métodos de producción siempre que sea posible.

Los compradores e importadores de productos de Comercio Justo dan prioridad a la compra de productos elaborados con materias primas que se originan a partir de fuentes gestionadas

sosteniblemente, y tienen el menor impacto global sobre el medio ambiente.

Todas las organizaciones utilizan materiales reciclados o fácilmente biodegradables para el embalaje en la medida de lo posible, y los productos son enviados por mar, siempre que sea posible.

2.1.3 Actores sociales involucrados en el comercio justo

En los procesos de comercio justo, productores, consumidores y mediadores desempeñan un papel fundamental. La concepción de esta opción se basa en un cambio en las relaciones entre ellos y en reglas decididamente diferentes al comercio convencional.

Desde la perspectiva del **consumidor**, su papel es el de un ciudadano consciente de los problemas sociales, ecológicos o económicos derivados de los sistemas actuales y actúa coherentemente con esta conciencia. Asume una responsabilidad y su acción intenta ser consecuente con ella.

La idea de que el consumidor tiene algún poder de decisión está detrás del auge de este tipo de comercio. El ciudadano - como consumidor - puede incidir de una u otra forma en lo que se produce, en lo que se compra, en lo que se publicita.

El consumidor se asume como actor clave en la cadena, cuya valoración de la realidad de los más pobres lo hace participe, pero también responsable de la situación. Habría que mirar con mucha atención que no se trata de un voluntariado que a manera de apostolado trabaja en pro de los pobres, cosa que corresponde a otras instancias, sino que al ser consciente de los problemas generados por el modelo de comercio actual, decide hacer uso de su poder y se vincula como promotor y partícipe de la solución. Un consumidor responsable es ante todo un ciudadano activo, cuya acción beneficia a la comunidad.

De la misma manera que el consumidor tiene o trabaja con valores distintos en el comercio solidario o justo, el productor también participa de una forma singular. Si una de las tendencias más fuertes del sistema económico es el trabajo individual de agricultores constituidos en empresas, en el comercio

justo se busca que la cooperación sea uno de los ejes fuertes. Es así como se entiende que el productor se une en asociaciones con un proyecto de economía alternativa como medio de solidaridad. Su trabajo se desarrolla en un marco de la solidaridad y el respeto y busca en la cooperación una forma de lograr lo que desea sobre la base de principios que dan a sus productos una base de respaldo social. La asociatividad mejora la calidad de la producción, las condiciones del trabajo así como la productividad. Por ello una organización de productores que mejora la capacidad de gestión del colectivo, puede lograr reducir costos de transacción, de transporte y permite así mismo disponer de una oferta de productos con mayores niveles de respuesta a la demanda. El grupo meta de las organizaciones de productores lo constituyen: campesinos (-as) y artesanos (-as) que tengan una producción a pequeña escala, diversificada y cuenten con medios de producción propios. Tienen como responsabilidad velar por la seguridad alimentaria de su territorio, garantizar la sostenibilidad de sus actividades desde lo ambiental, social y económico y vigilar el bienestar de su comunidad a través del nuevo papel que asumen como gestores y administradores del capital social. Comparten la inversión colectivamente, planteando estructuras comunitarias para cambiar las relaciones de explotación de trabajo. Además, cobran un 10% o 15 % de sobreprecio en sus productos, que se caracterizan por ser de excelente calidad y amigables con el medio ambiente.

Por último, el tercer elemento clave de esta cadena es el mediador, que a diferencia del comerciante tradicional, se orienta también por valores como la solidaridad y la cooperación. Además, cumple un papel fundamental en la promoción de este tipo de comercio, de los valores que lo animan y de las reglas que lo orientan. Su papel es, además, el de un líder del proceso y un actor principal en la difusión de información, de los avances técnicos que sirvan para los productores de la red, de las experiencias en otros lados y su adaptación al proceso. En el comercio justo, los que asumen el papel de facilitadores o mediadores son las ATO. Estas mantienen el vínculo entre el comprador y el vendedor, se localizan en países desarrollados y se encargan de comercializar los productos, los cuales son vendidos a través de tiendas, ordenes por catálogo, vendimias en iglesias y en empresas

familiares. Las ATO proporcionan a los consumidores productos de alta calidad y garantizan el precio justo de los bienes; educan y conciencian a los consumidores y mantienen informados a los productores sobre las nuevas tendencias de productos y precios. Los orientan sobre aspectos de calidad, empaque, documentación y otros requerimientos para la importación.

Se promueve que los intermediarios o facilitadores sean voluntarios o sin ánimo de lucro. Los nuevos mediadores o facilitadores pueden llegar a ser las ONG o entidades gubernamentales, quienes deben pagar a los productores un 10% o 15% de sobreprecio por los productos. Luego, deben vender a los consumidores los productos con un porcentaje más alto del que obtienen del productor. (IICA, 2008)

2.1.4 Productos Fair Trade

En la actualidad hay miles de productos que llevan el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIR TRADE. Existen criterios Fair Trade para productos alimenticios que abarcan desde el té y el café a la fruta fresca y frutos secos. Existen también criterios para los productos no alimenticios, como flores y plantas, balones deportivos y semillas de algodón.

Los productos Fair Trade son fáciles de reconocer. Sólo hace falta fijarse si el embalaje lleva el Sello Fair Trade. Todos los productos que lo lucen cumplen los estándares de Fair Trade International para el Comercio Justo. En España y Portugal más de 2.000 comercios, bares, restaurantes y hoteles ofrecen productos Fair Trade a sus clientes.

Se trata de unos 200 productos diferentes de 70 marcas, y cada año la oferta se va ampliando.

Los productos de Comercio Justo se consiguen en casi todas las cadenas de distribución, según la cadena tienen entre uno y diez o más productos diferentes. Se encuentran productos de Comercio Justo por ejemplo en Al Campo, BonPreu, Carrefour, Consum, Coop, El Corte Inglés, Eroski, HiperCor, LeClerc, Natura, OpenCor, Simple, Super Cor, Super Cor Expres,

Veritas así como muchas cadenas regionales. También muchas herboristerías ofrecen productos de Comercio Justo.

Y por supuesto están las tiendas gestionadas por ONG de Comercio Justo. En estas tiendas todos los productos que se ofrecen proceden de Comercio Justo. (Sello comercio justo, 2015).

2.1.5 Principios esenciales del Comercio Justo

Los principios del Comercio Justo se basan en la experiencia práctica y compartida de las Organizaciones de Comercio Justo a lo largo de muchos años y reflejan la diversidad de relaciones en el movimiento de Comercio Justo. Los principios esenciales son:

- **Acceso al mercado de los pequeños productores**

Muchos productores quedan excluidos de los mercados de gran consumo, o sólo acceden a éstos vía redes comerciales lentas e ineficientes. El Comercio Justo ayuda a los productores a darse cuenta de que las formas tradicionales de producción obtienen beneficios sociales. Promoviendo estos valores, que generalmente no se reconocen en los mercados convencionales, permite a los compradores comerciar con productores que de otra manera quedarían excluidos de esos mercados. También ayuda a reducir la cadena comercial, para que los productores reciban un precio de venta final de sus productos superior al del comercio convencional con múltiples intermediarios.

- **Relaciones comerciales sostenibles y equitativas**

La base económica de las transacciones en las relaciones de Comercio Justo tiene en cuenta todos los costes de producción, tanto directos como indirectos, incluyendo la protección de los recursos naturales y las necesidades de inversión futuras. Las condiciones comerciales ofrecidas por los compradores de Comercio Justo permiten a los productores y a los trabajadores ganarse la vida de manera sostenible; es decir, que no sólo cubren las necesidades de bienestar económico, social y medioambiental del día a día, sino que también posibilitan mejores condiciones para el futuro. Los precios y

las condiciones de pago (incluyendo anticipos donde se requieran) se determinan por la evaluación de estos factores más que sólo por referencia a las condiciones del mercado. Hay un compromiso de una relación de intercambio comercial a largo plazo que permite a ambas partes cooperar compartiendo información y planificando, y se reconoce la importancia de estos factores para asegurar unas condiciones de trabajo decentes.

- **Desarrollo de capacidades y empoderamiento**

Las relaciones de Comercio Justo ayudan a las organizaciones de productores a entender mejor las condiciones de mercado, las tendencias y a desarrollar el conocimiento, las habilidades y los recursos para ejercer más control e influencia sobre sus vidas.

- **Sensibilización de los consumidores e incidencia política**

Las relaciones de Comercio Justo proporcionan la base para conectar a los productores con sus consumidores y para informar a los consumidores de la necesidad de justicia social y de las oportunidades de cambio. El apoyo de los consumidores permite a las Organizaciones de Comercio Justo promover una reforma más amplia de las reglas del comercio internacional y alcanzar el objetivo final de un sistema de comercio global justo y equitativo.

- **El Comercio Justo como un “contrato social”**

La aplicación de los principios esenciales depende de un compromiso de relación de intercambio comercial de largo plazo con los productores, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto. Las transacciones de Comercio Justo existen dentro de un ‘contrato social’ implícito en el que los compradores (incluidos los consumidores finales) aceptan hacer más de lo que sería de esperar en el mercado convencional, como por ejemplo pagar precios justos, proporcionar prefinanciación y ofrecer apoyo para el desarrollo de capacidades. A cambio, los productores utilizan los beneficios del Comercio Justo para mejorar sus condiciones sociales y económicas, sobre todo entre los miembros más desfavorecidos de su organización. De este modo, el Comercio Justo no es caridad sino una asociación para el cambio y

el desarrollo a través del comercio. (Fairtrade International y World Fair Trade Organization, 2009)

Los productos de Comercio Justo son bienes y servicios que son producidos, comercializados y vendidos de acuerdo con estos principios de Comercio Justo y, en la medida de lo posible, verificados por sistemas de garantía creíbles e independientes como los operados por FLO (“Fair Trade-Certified”) y WFTO (“Sustainable Fair Trade Management System”). Todos los productos de Comercio Justo tienen su origen en productores y trabajadores comprometidos con los principios del Comercio Justo. No obstante, en la cadena de suministro posterior, los productos de Comercio Justo son comercializados a través de dos canales distintos pero complementarios:

- ***La vía de la cadena de suministro integrada***, a través de la cual los productos son importados y/o distribuidos por organizaciones que tienen el Comercio Justo como núcleo de su misión y actividades, usándolo como una herramienta de desarrollo para dar apoyo a productores desfavorecidos y para reducir la pobreza, y que combinan su marketing con la sensibilización y el desarrollo de campañas.
- ***La vía de la certificación del producto***, a través del cual los productos que cumplen los estándares internacionales son certificados indicando que han sido producidos, comercializados, procesados y empaquetados de acuerdo con los requisitos específicos de esos estándares internacionales. (Fairtrade International y World Fair Trade Organization, 2009)

2.1.6 El sello Fair Trade

Es un sello de garantía de producto que certifica el cumplimiento de los estándares de comercio justo establecidos por Fair Trade Labelling Organizations International (FLO). La asociación del Sello Fair Trade-Comercio Justo fomenta en el uso y la notoriedad de esta certificación. Con ello apoya al desarrollo de las comunidades de los productores en los

países del Sur, que consiguen mejores condiciones de comercio y acceso al mercado en igualdad de condiciones.

La asociación del sello fue creada en 2005 y actualmente sus socios son Alternativa 3, Caritas Española, CECU, Ecodes (Fundación Ecología y Desarrollo), Fundación ETEA, Intermón Oxfam y la Red de Productores CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo).

Creación del sello Fair Trade

En 1988, en un esfuerzo por ampliar la distribución de productos de Comercio Justo a los puntos de venta habituales, una organización holandesa de comercio alternativo, "Solidaridad", encontró una manera innovadora de aumentar sus ventas sin comprometer la confianza de los consumidores en los productos Fair Trade y su origen. La organización creó un sello llamado "Max Havelaar", que garantizaba que los productos cumplieran con una serie de criterios medio ambientales y de trabajo. Este sello, que en un principio sólo se daba para el café, se denominó "Max Havelaar" por el título de un libro muy vendido en el siglo XIX que trataba de la explotación de trabajadores en plantaciones de Café de Java por los comerciantes coloniales holandeses.

El concepto se impuso y en pocos años iban surgiendo organizaciones parecidas en Europa y América del Norte como "Fair Trade Foundation", que certificaban el comercio justo.

En 1997, estas organizaciones crearon Fair Trade Labelling Organization (FLO) International, una organización paraguas cuya misión consiste en establecer los estándares del comercio justo, apoyar, inspeccionar, certificar a los productores en desventaja y armonizar el mensaje del Comercio Justo de todo el movimiento. Actualmente, hay más de 20 asociaciones de Comercio Justo certificado son miembros de FLO International.



Figura N° 2: El sello del comercio justo

Impacto del sello Fair Trade para los productores del Sur y para las empresas y consumidores del Norte

- Las organizaciones productoras del Sur acceden al mercado en igualdad de condiciones con otros productos llegando a un mayor número de consumidores.
- Las empresas comerciales pueden incorporar a su oferta productos con la certificación, asumiendo los criterios éticos que ello conlleva y posicionándolas en sus acciones de responsabilidad social.
- Los consumidores acceden a productos de calidad a la vez que favorecen, a través del acto cotidiano de la compra, el cambio de las relaciones comerciales con los países del Sur.

La insuficiencia de los sellos sostenibles

- La ONG, Coordinadora Estatal de Comercio Justo (Coordinadora Estatal de Comercio, 2014), en su publicación Cuadernos de Comercio Justo, en su monografía ya comentada, hace referencia a la insuficiencia mostrada hasta ahora de las bondades para los pequeños productores de cacao, que reseñamos a continuación:
- La explotación laboral, el trabajo infantil, los bajos salarios o el campesinado viviendo por debajo del umbral de la pobreza son moneda corriente en la producción de cacao desde hace décadas. Lo que ha cambiado en los últimos años ha sido el aumento de la concienciación ciudadana ante estas injusticias y la presión social sobre las empresas del

sector para que actúen. Como hemos visto anteriormente, parte de su respuesta se ha traducido en compromisos vagos, sistemas de autocontrol e instituciones de seguimiento cuyo impacto real está hoy más que cuestionado. Pero la industria chocolatera también ha apostado por la certificación externa de sus productos como medida para hacer frente a los desafíos del sector. Desde que hicieron irrupción hace menos de dos décadas, los distintos sellos que certifican cacao han conocido un aumento exponencial. Las principales empresas del sector se han comprometido, de hecho, a certificar el grueso o la totalidad de su producción en el medio plazo.

- Actualmente podemos distinguir tres grandes tipos de certificaciones, con estándares reconocidos internacionalmente: los sellos sostenibles, los sellos *bio* (o ecológicos) y los sellos de Comercio Justo. Aunque más recientes, los dos principales sellos sostenibles, Rainforest Alliance y Utz Certified, son hoy los más extendidos en el mercado. Su foco se centra en la sostenibilidad y en el aumento de la productividad de las plantaciones. Responden pues a la estrategia actual de la industria chocolatera analizada en el punto anterior, de ahí que estén siendo la apuesta privilegiada de las grandes empresas. A falta de más estudios de impacto, los primeros análisis han criticado el enfoque productivista de estos dos sellos mayoritarios y su escaso efecto en las condiciones de vida de las y los productores. Llamen especialmente la atención las denuncias de casos concretos en los que zonas de bosque tropical deforestado para plantar cacao terminan obteniendo esta certificación, ocultando y legitimando *a posteriori* prácticas medioambientales nefastas a través de la garantía que transmiten estos sellos a las y los consumidores.
- Desde el punto de vista de la justicia comercial y medioambiental, estos sellos «sostenibles» aparecen como totalmente insuficientes. Por un lado, apenas contemplan criterios sociales ni un precio mínimo, contrariamente al Comercio Justo que hace de estos aspectos uno de sus puntos esenciales. Y, por otro, estas certificaciones sostenibles ni siquiera ponen el acento en las condiciones ecológicas del cultivo del cacao, como sí hacen los sellos bio y en gran medida también los de Comercio Justo. Su

foco principal es, sin embargo, el aumento de la productividad y de los rendimientos por hectárea, a través de los cuales las y los agricultores contarían con mayores cosechas y con ingresos más elevados, condiciones que asegurarían la «sostenibilidad» de las plantaciones y la provisión de cacao que las empresas necesitan para satisfacer una demanda mundial creciente.

- Un ejemplo más de los atajos que encuentra un sistema económico injusto y el oligopolio agroindustrial dominante para vendernos *capitalismo verde* como solución a todos los problemas y como falsa respuesta a consumidores cada vez más concienciados con los impactos sociales y medioambientales de nuestras compras.(p. 17-18)

La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo

La Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ) se crea para representar a los pequeños productores organizados en diferentes rubros ante diferentes instancias de la CLAC, FLO y otros sellos, redes e iniciativas de Comercio Justo.

La CECJ nace en el año 2003 bajo la iniciativa de organizaciones bananeras en la Provincia de El Oro, reactiva sus actividades en agosto del 2008, esta vez gracias al esfuerzo y la participación de organizaciones productoras de café, banano, plantas medicinales, cacao y quínoa. Ahora se encuentra legalmente reconocida por el Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y pesca – MAGAP con acuerdo Ministerial # 534 del 20 de Octubre de 2010.

Es la representación a las Organizaciones de Pequeños Productores – OPP a nivel local, nacional e internacional y tiene carácter de incidencia política, social, medioambiental, cultural, etc.

Actualmente agrupa a 9 organizaciones de comercio justo a nivel nacional que representan a más de 8000 familias productoras de café, cacao, plantas medicinales y quinua.

La CECJ es miembro activa de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo – CLAC, se alinea a su filosofía y comparte los valores de la democracia y participación, la solidaridad, equidad, respeto, transparencia y responsabilidad social y ambiental.

Fines específicos

- Consolidar y fortalecer la organización y operatividad (comunicación) de la CECJ articulándola a la CLAC.
- Promocionar el comercio justo, sus valores y principios e impulsar la generación de alternativas propias que consideren las realidades locales.
- Fortalecer las capacidades de sus miembros para contribuir a mejorar su calidad de vida.
- Crear y desarrollar espacios de incidencia política y diálogo.
- Desarrollar estrategias para mejorar la gestión productiva y diversificación de los mercados, tanto globales como locales.
- Asegurar el desarrollo de los ejes transversales: género, cambio climático, seguridad alimentaria, trabajo infantil, relevo generacional, seguridad y bienestar laboral.

¿Cómo hacerse socio?

Podrán ser socios activos de la “CECJ” las Asociaciones, Federaciones, Corporaciones, de pequeños productores que cumplan con todos los requisitos que se señalan a continuación:

- a) Hayan solicitado su ingreso por escrito al Directorio para ser aprobados por la Asamblea General.
- b) Se encuentren registrados en un sistema de comercio justo Fair Trade Labeling Organization, Internacional Fund For Agricultural Development y otros.
- c) Cumplan con la definición de pequeños productores de las redes de productos de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores en el comercio justo. Estas personas jurídicas

se harán representar ante la “CECJ” por sus representantes designados para este efecto, a quienes se les podrá denominar representantes o delegados.

- d) Copia del Estatuto y Acuerdo Ministerial, en que obtuvo la personería jurídica la organización aspirante.
- e) Copia del Acta de Asamblea General certificada por el secretario en la que se autoriza su afiliación, en la que deben constar los nombres de los delegados.
- f) Copia de la nómina de la Directiva vigente, elegida por Asamblea General de socios certificada por el secretario de la organización.
- g) Nómina de los socios vigentes certificada por el secretario de la organización filial en la que conste, número de cédula de identidad, tipo de cultivo que desarrollan, certificadas y no certificadas en comercio justo.
- h) Nombramiento de 2 delegados para que los representen con voz y voto en las Asambleas Generales; y,
- i) Cumplir con todos los requisitos establecidos por la ley.

Agenda Ecuatoriana para el Comercio Justo

En octubre del año 2012 bajo el liderazgo de la Dirección de Comercio Inclusivo del Ministerio de Comercio Exterior, después del Primer Encuentro Internacional de Comercio Justo, se creó un grupo de trabajo para construir la Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo.

Las organizaciones e instituciones participantes fueron: Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), el Consorcio Ecuatoriano de Economía Solidaria y Comercio Justo (Grupo Salinas, MCCH, Camari, Sinchi Sacha y RELACC), el Instituto Ecuatoriano de Economía Popular y Solidaria (IEPS), el sector académico universitario (Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), Universidad Internacional del Ecuador (UIDE). Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Escuela

Politécnica del Chimborazo (ESPOCH) y la Universidad de Guayaquil), el MRECI-DCI y VECO Andino como organización internacional de apoyo, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), la Corporación ACE en representación a las empresas florícolas certificadas en comercio justo y empresas que trabajan con criterios de comercio justo en cadenas productivas con pequeños productores y productoras (MCE-DCI, 2013:8).

El proceso de construcción de la Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo, fue participativo y de manera particular la CECJ desarrolló actividades con sus socias para obtener insumos que permitieran establecer estrategias para problemas reales que enfrentan los grupos de pequeños productores.

La Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo es importante avance a nivel nacional después hace aportes a nivel metodológico, teórico, muestra a los actores, datos estadísticos del Comercio Justo y propone los lineamientos y estrategias de implementación de dos grandes objetivos:

1. Construir nuevas relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo, basadas en la justicia, equidad y corresponsabilidad.
2. Mejorar la calidad de vida de los pequeños productores y productoras, artesanos y artesanas, trabajadores y trabajadoras, dando sustentabilidad a los emprendimientos de Comercio Justo.

FLO-CERT

La certificación FAIR TRADE se lleva a cabo por una empresa denominada FLO-CERT, quien verifica el cumplimiento de los criterios Fair Trade para garantizar que los criterios sociales y medioambientales se cumplen y que los productores reciben los precios y la prima Fair Trade. Los auditores de FLO-CERT están altamente cualificados, por lo general tienen sede en los países y regiones donde trabajan, y están familiarizados con las culturas, idiomas y sistemas jurídicos locales. Todos los auditores

deben pasar un examen para comprobar sus conocimientos y reciben una formación anual.

Los consumidores pueden estar seguros de que el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIR TRADE sólo se utiliza en productos que proceden de productores certificados Fair Trade y que los comerciantes cumplen las obligaciones establecidas por los criterios Fair Trade.

Inspecciones y auditorías

Ninguna organización de productores puede ser certificada sin una primera inspección sobre el terreno. Muchas organizaciones de productores son grandes, con cientos y a veces miles de miembros. Esto hace imposible para el auditor visitar la parcela de cada uno de los miembros. FLO-CERT opera un modelo de “certificación en grupo”. Esto incluye la auditoría de la propia organización de productores, así como controles aleatorios de una muestra representativa de los productores individuales.

Una auditoría Fair Trade puede durar del orden de cuatro días para una pequeña organización de productores hasta seis o siete semanas para las cooperativas más grandes. El tiempo que un auditor pasa sobre el terreno depende del tamaño de la organización, su complejidad y el número de productos certificados Fair Trade que la organización pretende vender.

El coste de la certificación depende del número de días de trabajo necesarios para inspeccionar la organización de productores. Después de una auditoría, un informe es enviado a FLO-CERT para la evaluación. La decisión acerca de la certificación es tomada por un certificador especializado, supervisado a su vez por un comité de certificación independiente.

Después de recibir la primera certificación Comercio Justo Fair Trade, se inspeccionan las organizaciones de productores en sitio anualmente. En algunas circunstancias, donde organizaciones han mostrado cumplimiento

excelente durante muchos años, pueden calificar por una “inspección de escritorio” como parte de un ciclo de inspección de tres años.

Acreditación ISO 65

FLO-CERT tiene acreditación ISO 65 es la normativa para los organismos de certificación que trabajan con sistemas de certificación de productos más aceptada internacionalmente. FLO-CERT sigue esta normativa en todas sus gestiones de certificación.

Esto garantiza:

- La puesta en práctica de un sistema de control de calidad
- Procedimientos transparentes
- La toma de decisiones independiente

FLO-CERT es inspeccionado por un organismo independiente que asegura el cumplimiento de las normas ISO 65.

Para averiguar todos los detalles del proceso de certificación no dude en ponerse en contacto con el equipo de la Coordinadora, también puede leer todo sobre el procedimiento visitando la página de FLO-CERT: www.flo-cert.net. (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, 2015)

2.1.7 Pobreza

En la introducción (Gonzalo Andrés Ramirez, Erli Margarita Marín, 2013), del libro Comercio Justo, Globalización y Medio Ambiente, los autores presentan la siguiente reflexión:

Desde que el proceso de liberalización de la economía se ha incrementado con la llamada globalización económica, los índices de pobreza y de

desigualdad en el mundo han aumentado también. El crecimiento de la economía y la generación de riqueza no han llevado, como preveían los economistas, a un mejor reparto. Según los informes del PNUD (2006), cada año mueren 18 millones de personas por causas relacionadas con la pobreza, como las enfermedades endémicas, las malas condiciones de salubridad y el hambre; es decir, unas 5000 personas diarias, que incluyen a más de 34.000 niños menores de cinco años-. Del mismo modo, la desigualdad en la repartición de los recursos genera la llamada sociedad 20:80; es decir, que el 20% de la humanidad dispone de la riqueza y de los recursos del planeta, mientras que el 80% restante vive en condiciones de pobreza y miserias.

El término “pobreza” tiene distintos significados en las ciencias sociales. En un trabajo reciente, Paul Spicker (1999) identifica once posibles formas de interpretar esta palabra: necesidad, estándar de vida, insuficiencia de recursos, carencia de seguridad básica, falta de titularidades, privación múltiple, exclusión, desigualdad, clase, dependencia y padecimiento inaceptable. Todas estas interpretaciones serían mutuamente excluyentes, aunque varias de ellas pueden ser aplicadas a la vez, y algunas pueden no ser aplicables en toda situación. Si bien la medición de la pobreza puede estar basada en cualquiera de estas definiciones, la mayoría de los estudios económicos sobre pobreza han centrado su atención casi exclusivamente en las concernientes a “necesidad”, “estándar de vida” e “insuficiencia de recursos”. Para estas opciones, los indicadores de bienestar más aceptados han sido la satisfacción de ciertas necesidades, el consumo de bienes o el ingreso disponible. La elección de esas variables obedece a su pertinencia teórica respecto al concepto de bienestar utilizado, considerando además la limitada información disponible en las encuestas más comunes. La interpretación de “necesidad” se refiere a la carencia de bienes y servicios materiales requeridos para vivir y funcionar como un miembro de la sociedad; por lo tanto, bajo este enfoque se limita la atención a artículos específicos. En cambio, el término “estándar de vida” se refiere a un nivel de vida que permite a una persona vivir y funcionar como un miembro de la sociedad. Enfoques para la medición de la pobreza. Breve revisión de la literatura La pobreza no se refiere exclusivamente a privaciones predeterminadas, sino

también al hecho de vivir con menos que otras personas. Spicker lo ilustra con un ejemplo: “una persona no necesita té, periódicos o conciertos, pero si su ingreso no le permite adquirir esas cosas, puede ser considerada pobre”. A la vez, la pobreza puede ser interpretada como “insuficiencia de recursos”, es decir, la carencia de riqueza para adquirir lo que una persona necesita. Bajo esta última interpretación, la satisfacción de las “necesidades” no basta para que una persona deje de ser pobre, pues esa satisfacción puede no haber sido procurada por medio de recursos propios. (Feres, Juan Carlos - Manacero, Xavier, 2001, pág. 10)

Medición de la pobreza

Es muy complejo clasificar los distintos métodos para medir la pobreza, principalmente debido a su variedad. Algunos miden las calorías consumidas, otros los ingresos, el consumo, otros miden variables no monetizadas como el acceso a la salud y la educación y existen métodos combinados.

Principales métodos de medición de la pobreza son dos (cf. Vos, 1998):

La medición de la pobreza es una tarea que abarca aspectos conceptuales y metodológicos muy variados, que deben ser abordados por el investigador al elegir un método de medición. Cualquiera sea la elección, el proceso de medición involucra generalmente dos elementos: la identificación de las personas que se considera pobres y la agregación del bienestar de esos individuos en una medida de pobreza.

Desde la perspectiva de los aspectos observables de la pobreza, los métodos principales de medición son dos (cf. Vos, 1998):

- **El método indirecto** (o método del ingreso o consumo): mide el nivel de vida a partir de los ingresos o consumo de las personas u hogares. Parte de la estimación de una línea de pobreza, definida como el costo mínimo de una canasta de bienes y servicios que satisfaga las necesidades básicas (alimentación, vivienda, vestido, educación y

salud). Se trata del método más usado por su fácil aplicación a las encuestas periódicas de hogares y por su sensibilidad a los cambios de corto plazo en las condiciones de vida de la población (v. Incidencia de la pobreza). Pero es una medida cruda ya que el ingreso (o consumo), si bien refleja la capacidad para satisfacer las necesidades materiales, no refleja necesariamente el nivel de vida alcanzado en el tiempo, ni aquellas necesidades que no dependen directa e inmediatamente del dinero (sino, por ejemplo, de los servicios públicos). Para los Objetivos de Desarrollo del Milenio este indicador, en la consulta nacional, pertenece al Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre, cuya meta asociada es: Reducir a la mitad entre 1990 y 2015 el porcentaje de personas con ingresos inferiores a un dólar (considerados personas indigentes o pobres extremos).

- **El método directo** (o método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) o de los indicadores sociales): Utilizado en el presente indicador, define a un hogar como pobre cuando adolece de carencias graves en el acceso a educación, salud, nutrición, vivienda, servicios urbanos y oportunidades de empleo. Aunque este método es conceptualmente más adecuado que el anterior, su uso en la práctica se ve limitado por las dificultades y costos de medición que implica, y porque las privaciones crónicas cambian lentamente a lo largo del tiempo.

Con fines de comparación internacional, el Banco Mundial calcula líneas de pobreza internacionales de \$1.9 y \$3.9 en términos de la Paridad de Poder de Compra (PPC), donde la PPC mide el poder de compra relativo de las monedas de los países. De esta manera, las líneas de pobreza se expresan en una unidad común para todos los países. Se consideran en pobreza absoluta o extremo pobre todas aquellas personas que viven con menos de \$1.9 diario y en pobreza relativa aquellas que viven con menos de \$3.9 diarios.

Cabe recalcar que la Población con ingresos menores de US\$ 3.9 diario es el porcentaje de la población que vive con menos de US\$ 2 diario, precios

internacionales del 2011 (equivalente a US\$ 1.08 en precios de 1994, ajustado por la paridad de poder de compra). Las tasas de pobreza son comparables entre países, pero como resultado de una revisión de los tipos de cambio PPC, no pueden ser comparados con las tasas de pobreza reportadas en las ediciones previas para países individuales.

Brecha de Pobreza a US\$1.9 diario es el déficit que existe desde la línea de pobreza (contando a los no pobres con cero déficit), expresado como un porcentaje de la línea de pobreza. Esta medida refleja tanto la profundidad de la pobreza como su incidencia. Así lo analiza el Banco Mundial.

El PNUD define la pobreza tomando en consideración la carencia de capacidades humanas básicas que se manifiestan en problemas tales como analfabetismo, desnutrición, tiempo de vida corto, mala salud materna y padecimientos por enfermedades prevenibles. Esta es la denominada pobreza humana, que no se enfoca en lo que la gente tiene o no tiene sino en lo que la gente puede o no puede hacer. Una manera indirecta de medirla es a través del acceso a bienes, servicios e infraestructura (energía, educación, comunicaciones, agua potable) necesaria para desarrollar las capacidades humanas básicas. El problema con este enfoque radica en determinar qué tipo de bienes y servicios se deben seleccionar y qué ponderaciones darle a cada uno.

El enfoque del PNUD, que incorpora otras dimensiones de la pobreza, es similar al método de la Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). El mismo consiste en seleccionar un conjunto de necesidades básicas y calificar como pobre aquellos hogares que no satisfagan una de ellas, y como pobres extremos aquellos que no satisfagan más de una de ellas. El carácter multidimensional y complejo de la pobreza, que va mucho más allá que la falta de ingreso o consumo, quedó plasmado en un reporte del Banco Mundial donde se describe: “La pobreza no sólo abarca los bajos ingresos y el consumo, sino también el bajo rendimiento en la educación, la salud, la nutrición, y otras áreas de desarrollo humano” (BANCO MUNDIAL, 2001)

Tomando en consideración experiencias pasadas, así como los nuevos enfoques de la pobreza, El Banco Mundial recomienda combatir la pobreza llevando a cabo acciones en tres áreas:

- a. Promover oportunidades materiales propiciando el crecimiento económico, la creación de trabajos, escuelas, crédito, servicios de agua y desecho de excretas, salud y educación.
- b. Facilitar el empoderamiento de los pobres, fortaleciendo su participación y haciendo que las instituciones estatales sean más accesibles y rindan cuentas a ellos. También eliminando barreras sociales resultado de discriminaciones por género, raza, religión o estatus social.
- c. Mejorando la seguridad de los pobres para reducir su vulnerabilidad ante enfermedades, ajustes económicos y desastres naturales.

Por su parte, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2003) afirma que para salir de la pobreza se necesita un enfoque multifacético que va más allá de las políticas requeridas para mantener la estabilidad y el crecimiento económico, así como un clima político estable.

Por ello propone seis conjuntos de políticas:

- 1) Invertir en el desarrollo humano, es decir, salud, educación, nutrición, sanidad y agua, para fomentar la creación de una fuerza de trabajo productiva.
- 2) Ayudar a los pequeños agricultores a incrementar su productividad.
- 3) Invertir en infraestructura: electricidad, carreteras, puertos.
- 4) Implementar políticas de desarrollo industrial dirigidas a la pequeña y mediana industria.
- 5) Promover la equidad social y los derechos humanos para que los pobres y los marginados, incluidas las mujeres, tengan libertad y voz para influenciar en las decisiones que afectan sus vidas.
- 6) Promover la sustentabilidad ambiental y la buena gerencia de las ciudades para proveer ambientes seguros.

De lo anterior se desprende que el problema de la pobreza es multidimensional y se debe atacar desde diferentes ángulos. Por un lado, se deben llevar a cabo políticas top-down (de arriba hacia abajo) que propicien la estabilidad y el crecimiento económico. Pero dichas políticas deben ser acompañadas por políticas bottom-up (de abajo hacia arriba) que promuevan el desarrollo de las capacidades de los individuos, mejoren la distribución del ingreso y permitan la participación de los pobres en la búsqueda de mejores condiciones de vida.

2.1.8 Necesidades básicas insatisfechas (NBI)

En América Latina el método “directo” más utilizado es el que se conoce como “Necesidades Básicas Insatisfechas” o NBI. Este método consiste en verificar si los hogares han satisfecho una serie de necesidades previamente establecidas y considera pobres a aquellos que no lo hayan logrado.

Si bien es la situación propia de un país la que determina qué tan apropiado es un indicador, existen ciertas carencias que se han constituido en el común denominador de las aplicaciones de este método; ellas son: a) hacinamiento, b) vivienda inadecuada, c) abastecimiento inadecuado de agua, d) carencia o inconveniencia de servicios sanitarios para el desecho de excretas; e) inasistencia a escuelas primarias de los menores en edad escolar, y, f) un indicador indirecto de capacidad económica.

El acceso a una vivienda adecuada se caracteriza a partir de las carencias a) y b). Estas se vinculan con la necesidad de las personas de protegerse del medio ambiente, así como con aspectos de privacidad e higiene, cuya ausencia deteriora considerablemente la calidad de vida. La condición de hacinamiento se mide a partir del número de personas por cuarto, mientras que la calidad de la vivienda se determina en función de los materiales de construcción utilizados en piso, paredes y techo (CEPAL / PNUD, 1989).

La disponibilidad de agua y el acceso a servicios sanitarios básicos – carencias c) y d) – constituyen un segundo grupo de indicadores. La disponibilidad se refiere al abastecimiento permanente de agua de buena calidad en cantidad suficiente para satisfacer las necesidades de

alimentación e higiene y se mide a partir de dos características, la potabilidad del agua y la forma en que ésta es suministrada a la vivienda. En el acceso a servicios sanitarios también se distinguen dos características; por un lado, la disponibilidad de servicio higiénico y, por otro, el sistema de eliminación de aguas servidas.

La educación básica constituye un requerimiento mínimo para que las personas puedan incorporarse adecuadamente a la vida productiva y social, por lo que se la considera una necesidad básica. Si bien no sólo es importante la asistencia a un establecimiento de educación, sino también la calidad del mismo, las fuentes de datos normalmente utilizadas para estos fines sólo brindan información sobre el primer aspecto.

El último de los indicadores mencionados, el de capacidad económica, no mide una necesidad básica propiamente, sino que intenta reflejar la probabilidad que tiene el hogar de obtener recursos suficientes y su capacidad de consumo. Este indicador toma en cuenta, por una parte, el nivel educacional del jefe del hogar, como una aproximación a los recursos que éste puede generar, y considera adicionalmente el número de personas que dependen de quienes aportan recursos, para dar cuenta así de las necesidades a cubrir con el ingreso. Por ejemplo, en esta dimensión suele considerarse un hogar cuyo jefe cuenta con dos o menos años de educación y tiene cuatro o más personas por miembro ocupado.

Generalmente, cuando un hogar presenta carencia en alguna de las dimensiones, éste se considera con NBI. Por lo tanto, en estricto rigor este método permite medir el número de hogares que no ha satisfecho alguna necesidad básica, pero no necesariamente mide la pobreza. Esto se debe, entre otros factores, a que no existe una forma única y establecida de relacionar el número de necesidades básicas insatisfechas con la condición de pobreza, lo que implica que la clasificación final en pobres y no pobres es arbitraria y queda entregada enteramente al criterio del investigador. (Feres, Juan Carlos - Manacero, Xavier, 2001, págs. 24-25)

Según la ECV Quinta Ronda La Provincia de Los Ríos la **Pobreza según Consumo** (2005-2006) es del 49% y según la **Necesidades Básicas Insatisfechas** NBI es del 71.7% (INEC I. N., 2006, pág. 8).

Según la ECV Sexta Ronda La Provincia de Los Ríos la **Pobreza según Consumo** (2014-2015) es del 33.3%, es decir se ha reducido la pobreza en la Provincia.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

Tipo y diseño de investigación.

- a) **Tipo de investigación**, por la naturaleza y como se plantea la investigación es cuantitativo, por lo que el diseño de la investigación tendrá como objetivo analizar la certeza de las hipótesis formuladas en el contexto de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos.
- b) **Diseño de la investigación:**
 - ***No experimental***, porque la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, en la cual no se hace variar en forma intencional las variables independientes.
 - ***Transversal descriptivo***, por cuanto se recolectarán los datos en un solo momento, en un tiempo único. El propósito es indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan entre una o más variables. (Hernandez Sampieri, Roberto; Fernández Collao, Carlos; Baptista Lucio, Pilar, 2003, pág. 257)

Unidad de análisis

La unidad de análisis de la presente investigación corresponde a los agricultores pertenecientes a la asociación “La Esmeralda” ubicado en el Cantón de Montalvo.

Tabla N° 4
Agricultores que pertenecen a la asociación La Esmeralda

ORDEN	SUB-ASOCIACIONES	AGRICULTORES
1	DESARROLLO AGROPECUARIA LA ESMERALDA	2
2	ACPCFA	9
3	BUSCANDO EL FUTURO	212
4	CAMPESINOS PRODUCTORES DE CACAO FINO Y DE AROMA	15
5	LA AZUCENA	5
6	LA ESMERALDA	4
7	LA ESTRELLA	2
8	LA NENA CHICA	4
9	LA NENA GRANDE	15
10	LA PRETORIA	15
11	LA VICTORIA	2
12	LAS MERCEDES	2
13	RIO CHICO	5
14	SAMAMA ORIENTAL	5
15	SAN ANTONIO	21
16	SANTA CLEMENCIA	5
TOTAL		323

Fuente: MAGAP-Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca

Población de estudio.

La población de estudio de la presente investigación corresponde a la Asociación de Cacaoteras de la Provincia de Los Ríos, específicamente en el Cantón de Montalvo, en las cuales existen 16 sub-asociaciones de productores de cacao.

Tabla N° 5
Asociación de Cacaoteros de la Provincia de Los Ríos

No	No ASOCIACIONES POR CANTON	NUM. ASS	PRODUCCION	%
1	BABA	23	11894	6.1
2	BABAHoyo	36	20588	10.5
3	BUENA FE	47	21986	11.2
4	MOCACHE	70	22174	11.3
5	MONTALVO	16	24859	12.7
6	PALENQUE	21	7097	3.6
7	PUEBLOVIEJO	1	350	0.2
8	QUEVEDO	19	6228	3.2
9	QUINSALOMA	6	970	0.5
10	URDANETA	33	15851	8.1
11	VALENCIA	59	22193	11.3
12	VENTANAS	26	14215	7.3
13	VINCES	79	27456	14.0
TOTAL PRODUCCION		442	195861	100.0

Fuente: MAGAP-Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca

Tamaño de muestra

La determinación del tamaño de la muestra para la presente investigación se ha utilizado la fórmula estadística matemática siguiente para poblaciones finitas:

$$n = \frac{\sigma^2 \times p \times q \times N}{E^2 \times (N-1) + \sigma^2 \times p \times q}$$

Donde:

N = 323 agricultores de asociados

p = 0.50 probabilidad de ocurrencia

q = 0.50 probabilidad de no ocurrencia

E = 5% error estimado

Sigmas= dos sigmas, 95%

n = 179 agricultores de la asociación La Esmeralda

Selección de muestra

La elección a que elementos de la muestra se va elegir, utilizaremos la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple.

Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizará el formato de encuesta que utiliza el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, para las Encuestas de Condiciones de Vida (ECV) adecuado a nuestro objetivo del estudio.

Análisis e interpretación de la información.

Los datos obtenidos serán procesados por intermedio de las siguientes técnicas:

- a) Ordenamiento y clasificación
- b) Registro manual
- c) Codificación
- d) Procesamiento mediante el software SSPS

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis, interpretación y discusión de resultados

1. De las 179 encuestas a los productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, respecto de sus viviendas, se observó que, el 33% de la construcción de sus viviendas son de material mixto, es decir sus componentes son de madera, cemento y caña. El 30% de las viviendas su construcción en su totalidad son de madera, un 17% totalmente de cemento y solo un 6% su vivienda es una covacha.
2. Los hogares de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, el 53% de ellos no cuenta con una sala, en cambio el 47% de los encuestados se observa que sus viviendas están constituidas por sala-comedor. El 53% de las viviendas cuenta con un dormitorio para toda la familia, mientras que el 37% las viviendas tienen dos dormitorios y el 10% con tres dormitorios.

Un 50% de las viviendas de los encuestados cuenta con dos habitaciones, mientras que el 40% con tres habitaciones y el 10% de las viviendas con cuatro habitaciones.

3. Respecto del estado de conservación de las viviendas de los hogares de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, el 17% de los techos se encuentran en buen estado de conservación, el 50% en

regular estado de conservación mientras que el 33% en malas condiciones de conservación.

Respecto de las paredes de las viviendas, el 66% se encuentra en regular estado de conservación y el 34% en malas condiciones de conservación.

Es decir, el 60% de las viviendas en términos generales su estado de conservación es regular y el 40% en malas condiciones de conservación.

4. Los hogares de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, la fuente de donde se surten de agua, el 48% lo hace desde un pozo, el 20% de una vertiente, el 3% de carro repartidor, de otra fuente por tubería el 28%.

Como es de apreciarse los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos, carecen de una red pública de agua potable.

5. Los hogares de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, eliminan sus excretas en un 82% en pozos sépticos y el restante 18% a la red pública.

Los indicadores arriba comentados configuran la dimensión de la situación de pobre y no pobre, resultando que, en la Provincia de Los Ríos, de la muestra estudiada predomina la pobreza, 125 (70%) familias son pobres y 54 (30%) no son pobres.

6. El 78 % de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, siembran en tierras de su propiedad, solo un 22% lo hacen en tierras arrendadas.
7. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, en los dos últimos años, el 72% sus ingresos por la venta de sus cosechas han

sido menos de US\$ 3,000, el 27% el rango de sus ingresos están entre los US\$ 3,001 y 7,000 y un 13% están en un rango de US\$ 7001 Y 15,000

8. Distribución de los ingresos

9. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, a pesar de estar asociados a la UNOCACE (Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador, que cuenta con la certificación FLO del comercio justo), solo el 18% de ellos pueden reconocer la definición correcta de lo que es el “Comercio Justo” y un 82% no reconocen la definición.

10. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, a pesar de estar asociados a la UNOCACE (Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras del Ecuador, que cuenta con la certificación FLO del comercio justo), el 64% de ellos no saben lo que es el “Comercio Justo”, un 17% tienen una leve idea y un 19% si lo saben.

11. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, venden sus cosechas bajo las condiciones del “Comercio Justo”, desde hace más de seis años un 27%, desde hace tres años un 58% y menos de un año un 15%.

12. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, en cuanto a la definición del beneficio del precio “Mínimo Garantizado”, que reciben por vender sus cosechas bajo las condiciones del “Comercio Justo”, un pequeño porcentaje el 20% identificaron correctamente el concepto, un alto porcentaje el 80% no lo saben.

13. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, en cuanto al beneficio del precio “Mínimo Garantizado”, que reciben por

vender sus cosechas bajo las condiciones del “Comercio Justo”, un pequeño porcentaje el 10% saben lo que es, un alto porcentaje el 76% no lo saben y un 14% tienen ligera idea de lo que es.

14. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, por sembrar el cacao bajo las condiciones del “Comercio Justo”, un 27% declaran recibir el “precio mínimo garantizado” siempre, un 7% dice no recibir y un 67% dicen recibir a veces.
15. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, en cuanto a la definición del beneficio del precio “Prima de desarrollo”, que reciben por vender sus cosechas bajo las condiciones del “Comercio Justo”, un pequeño porcentaje el 32% identificaron correctamente el concepto, un alto porcentaje el 68% no lo saben.
16. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, en cuanto al beneficio “Prima de desarrollo”, que reciben por vender sus cosechas bajo las condiciones del “Comercio Justo”, un pequeño porcentaje el 10% saben lo que es, un alto porcentaje el 78% no lo saben y un 12% tienen ligera idea de lo que es.
17. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, por sembrar el cacao bajo las condiciones del “Comercio Justo”, un 8% declaran recibir la “la prima de desarrollo” siempre, un 25% dice no recibir y un 68% dicen recibir a veces.
18. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, por comercializar el cacao bajo las condiciones del “Comercio Justo”, un 24% declaran recibir “adelantos” a veces y un 76% dice no recibir nunca.

19. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, por comercializar el cacao bajo las condiciones del “Comercio Justo”, perciben que sus ingresos han mejorado sustancialmente un 25%, ha mejorado un poco un 68%, y que no ha mejorado un 7%.
20. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, por comercializar el cacao bajo las condiciones del “Comercio Justo”, les ha permitido acceder a la educación de sus hijos un 25%, mejorar sus viviendas un 17%, mejorar sus terrenos el 2%, y un alto porcentaje el 57% les ha permitido acceder a otras condiciones.
21. Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, por comercializar el cacao bajo las condiciones del “Comercio Justo”, les ha permitido mejorar las condiciones de su comunidad en cuanto a (a) salud: un 8% perciben poco, un 28% más o menos, un 30% casi nada y un 33% en nada, (b) respecto de la educación: 8% percibe poco, un 28% más o menos, un 30% casi nada, 33% en nada; (c) respecto de los servicios de electricidad y agua: 8% percibe poco, un 58% casi nada, 33% en nada; (d) respecto de técnicas de cultivo: 10% percibe poco, un 57% casi nada, 33% en nada; (e) en cuanto a asesoría en cultivo: 38% percibe poco, un 28% casi nada, 33% en nada; (f) respecto de la capacitación: 30% percibe poco, un 42% más o menos, 28% en nada; y en cuanto a la diversificación de la producción: 30% percibe poco, un 42% casi nada, 28% en nada.

Prueba de Hipótesis.

INFLUENCIA DEL COMERCIO JUSTO EN LA REDUCCION DE LA POBREZA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS – ECUADOR.

I.- Hipótesis general:

Ho: La influencia del Comercio Justo no contribuye a la reducción de la pobreza en los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Hi: La influencia del Comercio Justo contribuye a la reducción de la pobreza en los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Tabla N° 6.

Asociación de Dimensiones, Asociación Chi-cuadrado de Dimensiones Comercio Justo – Puntaje Pobreza.

Dimensiones	Dimensión Pobreza			Total
	Categorías	Bajo	Alto	
Dimensión Comercio Justo	P. Bajo	22	71	86
	P. Alto	50	36	93
Total		72	107	179

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

*Prueba de asociación Chi-cuadrado: Chi=22.1, nivel de confianza 95%, p
valor=0.00*

Para contrastar la hipótesis planteada por el investigador para la dimensión del Comercio Justo, y por la naturaleza de los datos, estos se ajustan a una escala de medición tipo nominal, por lo que se propone el uso de la prueba ji cuadrado de independencia. Se selecciona la prueba de asociación Ji cuadrado porque las celdas que contienen las frecuencias esperadas son mayores a cinco.

$$\chi^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{n_1 n_2 C_1 C_2}$$

Donde:

a: celda de la fila 1 y columna 1

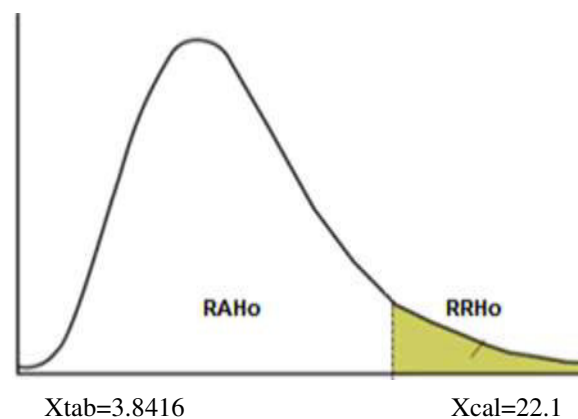
b: celda de la fila 1 y columna 2

c: celda de la fila 2 y columna 1

d: celda de la fila 2 y columna 2

$$\chi^2 = \frac{179 * (22 * 36 - 50 * 71)^2}{72 * 107 * 86 * 93} = 22.1$$

Este valor se compara con un ji cuadrado tabular a un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y 1 grado de libertad, $X_2(0.05, 1) = 3.8416$.



Como el ji-cuadrado experimental es superior al valor tabular la hipótesis nula (H_0), se rechaza, y se concluye con un nivel de confianza del 95%, el mejoramiento en las condiciones en el Comercio Justo contribuye a disminuir el nivel de pobreza en los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos, Ecuador.

II.- Hipótesis Específicas.

II.-1.- Precio Mínimo garantizado:

Ho: El pago garantizado de los precios mínimos que otorga el Comercio Justo a la producción no contribuye a mejorar los ingresos de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Hi: El pago garantizado de los precios mínimos que otorga el Comercio Justo a la producción contribuye a mejorar los ingresos de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Tabla N° 7.

Precio mínimo garantizado.

Dimensiones	Ingreso de los hogares			Total
	Categorías	P. Bajo	P. Alto	
Precio Mínimo	Bajo	75	13	88
Garantizado	Alto	56	35	91
Total		131	48	179

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

Prueba chi cuadrado=12.8 gl=1, nivel de confianza 95%, p valor=0.0

Para contrastar la hipótesis planteada por el investigador para el precio mínimo garantizado, y por la naturaleza de los datos, estos se ajustan a una escala de medición tipo nominal, por lo que se propone el uso de la prueba ji cuadrado de independencia. Se selecciona la prueba de asociación Ji cuadrado porque las celdas que contienen las frecuencias esperadas son mayores a cinco.

$$\chi^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{n_1 n_2 C_1 C_2}$$

Donde:

a: celda de la fila 1 y columna 1

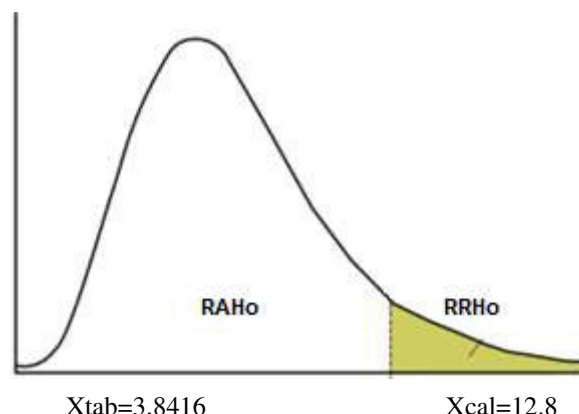
b: celda de la fila 1 y columna 2

c: celda de la fila 2 y columna 1

d: celda de la fila 2 y columna 2

$$\chi^2 = \frac{179 * (75 * 35 - 56 * 13)^2}{131 * 48 * 88 * 91} = 12.8$$

Este valor se compara con un ji cuadrado tabular a un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y 1 grado de libertad, $X^2(0.05, 1) = 3.8416$.



Como el ji-cuadrado experimental es superior al valor tabular la hipótesis nula (H_0), se rechaza, y se concluye con un nivel de confianza del 95%, el aumento en el otorgamiento de precios mínimos garantizados contribuye a mejorar el ingreso del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos, Ecuador.

II.-2.- Pago de la Prima de Desarrollo

Ho: El pago de la prima de desarrollo por parte del Comercio Justo no contribuye a mejorar los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Hi: El pago de la prima de desarrollo por parte del Comercio Justo contribuye a mejorar los ingresos del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Tabla N° 8.
Pago prima de desarrollo

Dimensiones	Ingreso de los hogares			Total
	Categorías	P. Bajo	P. Alto	
Prima de Desarrollo	Bajo	75	14	89
	Alto	25	65	90
Total		100	79	179

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

Prueba chi cuadrado=57.9 gl=1, nivel de confianza 95%, p valor=0.00

Para contrastar la hipótesis planteada por el investigador para la prima de desarrollo y por la naturaleza de los datos, estos se ajustan a una escala de medición tipo nominal, por lo que se propone el uso de la prueba ji cuadrado de independencia. Se selecciona la prueba de asociación Ji cuadrado porque las celdas que contienen las frecuencias esperadas son mayores a cinco.

$$\chi^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{n_1 n_2 C_1 C_2}$$

Donde:

a: celda de la fila 1 y columna 1

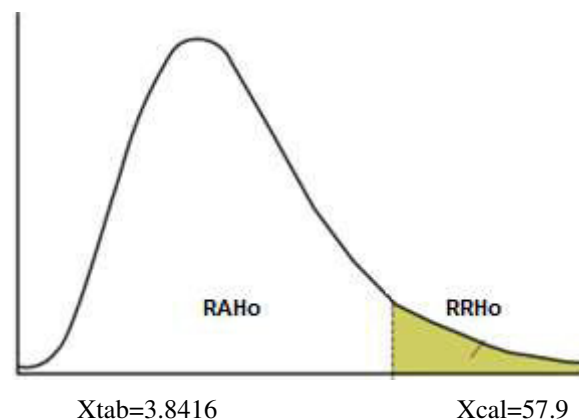
b: celda de la fila 1 y columna 2

c: celda de la fila 2 y columna 1

d: celda de la fila 2 y columna 2

$$\chi^2 = \frac{179 * (75 * 65 - 25 * 14)^2}{100 * 79 * 89 * 90} = 57.9$$

Este valor se compara con un ji cuadrado tabular a un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y 1 grado de libertad, $X_2(0.05, 1) = 3.8416$.



Como el ji-cuadrado experimental es superior al valor tabular la hipótesis nula (H_0), se rechaza, y se concluye con un nivel de confianza del 95%, el aumento en el otorgamiento de Primas de Desarrollo contribuye a mejorar el ingreso del hogar de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos, Ecuador.

II.-3.- Prefinanciamiento

Ho: El prefinanciamiento de los pedidos que otorga el Comercio Justo no contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Hi: El prefinanciamiento de los pedidos que otorga el Comercio Justo contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas de los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.

Tabla N° 9
Prefinanciamiento

Dimensiones	Necesidades Basicas Insatisfechas			
	Categorías	P. Bajo	P. Alto	Total
Prefinanciamiento	Bajo	50	36	86
	Alto	22	71	93
Total		72	107	179

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

Prueba chi cuadrado=22.1 gl=1, nivel de confianza 95%, p valor=0.00

Para contrastar la hipótesis planteada por el investigador para la dimensión de prefinanciamiento, y por la naturaleza de los datos, estos se ajustan a una escala de medición tipo nominal, por lo que se propone el uso de la prueba ji cuadrado de independencia. Se selecciona la prueba de asociación Ji cuadrado porque las celdas que contienen las frecuencias esperadas son mayores a cinco.

$$\chi^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{n_1 n_2 C_1 C_2}$$

Donde:

a: celda de la fila 1 y columna 1

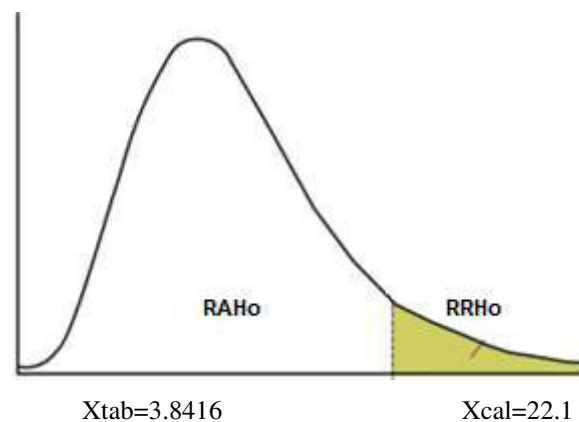
b: celda de la fila 1 y columna 2

c: celda de la fila 2 y columna 1

d: celda de la fila 2 y columna 2

$$\chi^2 = \frac{179 * (50 * 71 - 36 * 22)^2}{72 * 107 * 86 * 93} = 22.1$$

Este valor se compara con un ji cuadrado tabular a un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y 1 grado de libertad, $X_2(0.05, 1) = 3.8416$.



Como el ji-cuadrado experimental es superior al valor tabular la hipótesis nula (H_0), se rechaza, y se concluye con un nivel de confianza del 95%, el aumento en el prefinanciamiento contribuye a mejorar las necesidades básicas insatisfechas en los hogares de los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos: Ecuador.

Presentación de resultados

1. ¿Su vivienda donde habita está constituida mayormente de?

Tabla N° 10
Construcción de la vivienda

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Mixta	60	0.33	0.33
Madera	54	0.30	0.63
Caña	30	0.17	0.80
Cemento	30	0.17	0.97
Covacha	6	0.03	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

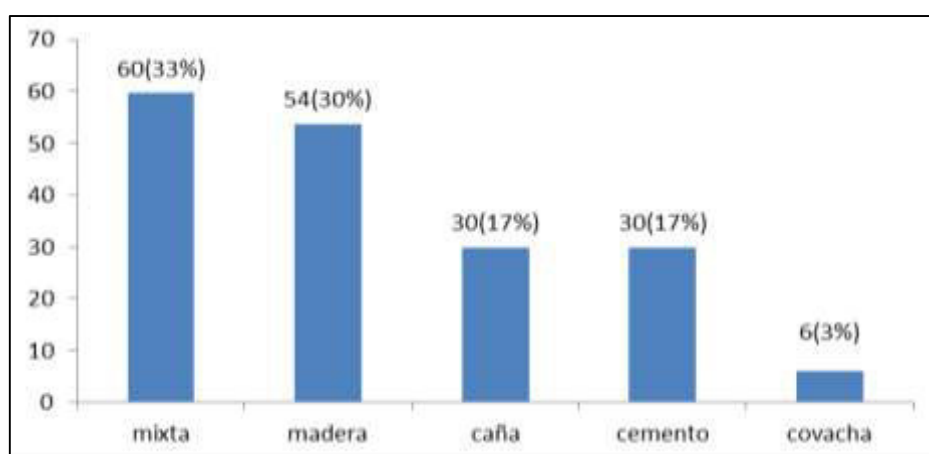


Gráfico 2. Infraestructura habitacional.

Interpretación: Se observa que las viviendas de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, se encuentra mayormente construida con material mixto, 60 casos que representan el 33% , seguido de madera 54 casos representando el 30%, caña y cemento con 30 casos que representan el 17%, y covacha 6 casos que representan el 3%.

2. ¿El hogar de la familia cuenta con?:

Tabla N° 11
Sala comedor

Categorías	Frecuencia	Frec. relativa	Frec. Acum
No	95	0.53	0.53
Si	84	0.47	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

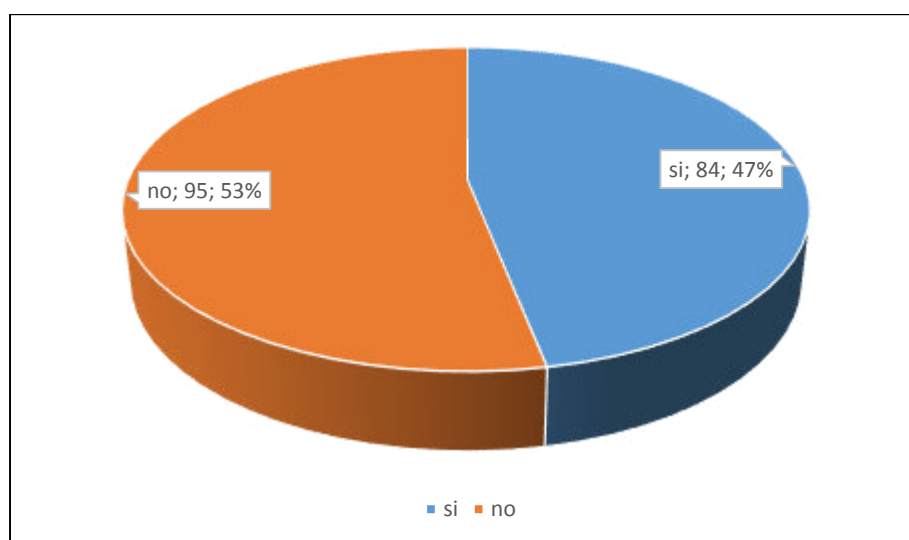


Gráfico N°3. Hogares que cuentan con sala-comedor

Interpretación: Se observa que los hogares de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, no cuentan mayormente con sala – comedor con 95 casos (53%) y los que Si cuentan con sala comedor 84 casos representan el (47%).

2.1.- ¿Número de dormitorios?

Tabla N°12.
Habitaciones por familia

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Un dormitorio	95	0.53	0.53
Dos dormitorios	66	0.37	0.90
Tres dormitorios	18	0.10	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

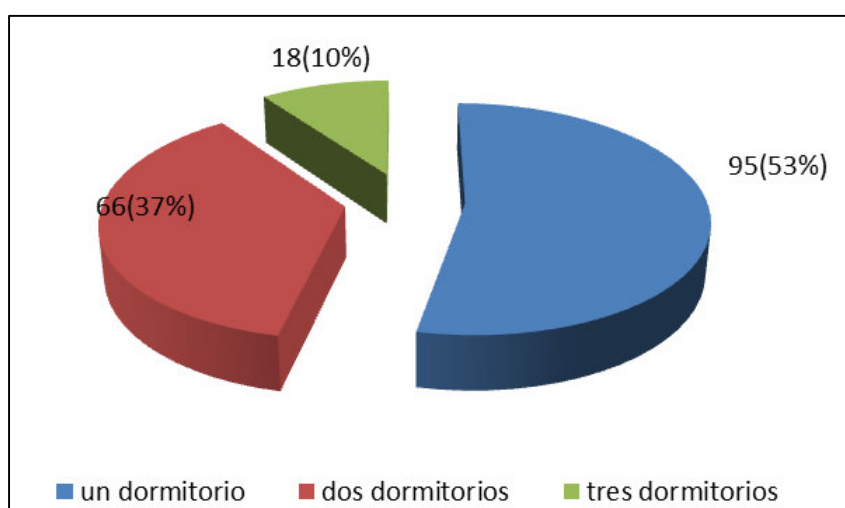


Gráfico N°4. Número de dormitorios en los hogares

Interpretación: Se observa que las viviendas de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, cuentan mayormente con un dormitorio 95 casos representando el 53%, seguido de las familias de productores de cacao que tienen dos dormitorios 66 representando 37%, y finalmente las familias con tres dormitorios 18 representando 10%.

3. ¿El estado de conservación de la vivienda es:?

Tabla N° 13

Mantenimiento y Conservación de las viviendas.

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Regular	90	0.50	0.50
Malo	60	0.33	0.83
Bueno	30	0.17	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

Interpretación: Se observa que el estado de conservación en los techos de las viviendas de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, se consideran mayormente como techos regulares con 90 casos, representando el 50%, seguido del estado de conservación techos malos con 60 casos representando el 33% y techos buenos con 30 casos representando el 17%.

Tabla N° 14.

Estado de conservación de las paredes

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Regular	119	0.66	0.66
Malo	60	0.34	1.00
Bueno	0	-	
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

Interpretación: Se observa que el estado de conservación en las paredes de las viviendas de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, se consideran mayormente como paredes regulares con 119 casos, representando el 66%, seguido del estado de conservación paredes malas con 60 casos presentando el 34% y paredes buenas con 0 casos representando el 0%.

Tabla N° 15
Estado de conservación de los pisos

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Malo	92	0.51	0.51
Regular	87	0.49	1
Bueno	0	-	
Total	179	1	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

Interpretación: Se observa que el estado de conservación en los pisos de las viviendas de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, se consideran mayormente como pisos malos con 92 casos, representando el 51%, seguido del estado de conservación paredes regulares con 87 casos representando el 49% y pisos buenos con 0 casos representando el 0%.

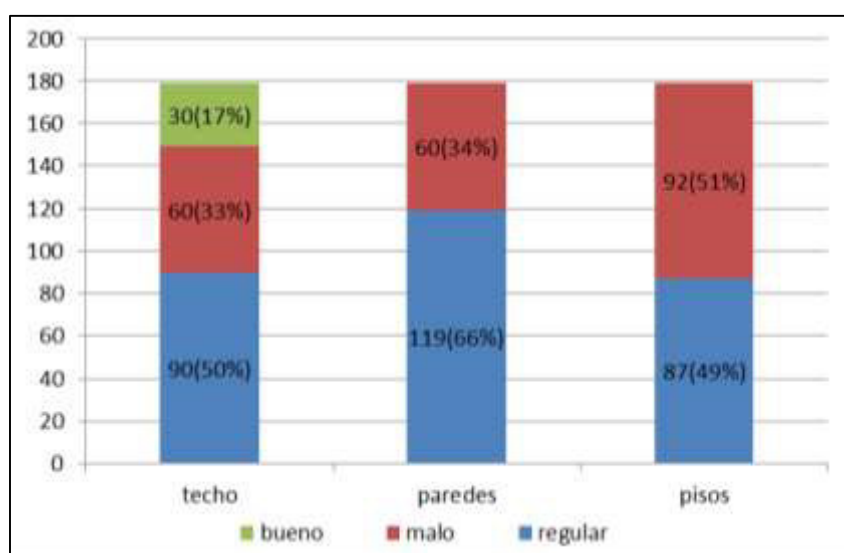


Gráfico N°5. Conservación de la vivienda

4. ¿De dónde obtiene el agua principalmente este hogar?

Tabla N° 16

Fuente de acceso al agua

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Pozo o grieta	87	0.48	0.48
Otra fuente por tubería	51	0.28	0.77
Rio vertiente	36	0.20	0.97
Carro repartidor	6	0.03	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

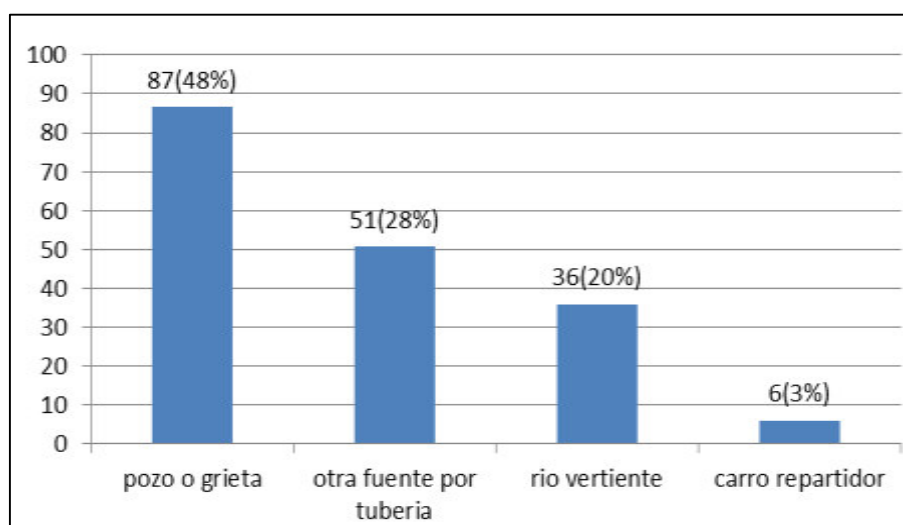


Gráfico N°6. Disponibilidad de agua en los hogares

Interpretación: Se observa que la disponibilidad y acceso al servicio de agua de las viviendas de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, se obtienen mayormente de pozos o grietas con 87 casos, representando el 48%, seguido de otras fuente por tubería con 51 casos presentando el 28%, rio vertiente con 36 casos representando el 20%, y finalmente carro repartidor con 6 casos representando el 3%.

5. ¿La vivienda para la eliminación de excretas lo hace?

Tabla N° 17
Eliminación de excretas

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Pozo séptico	146	0.82	0.82
Red pública	33	0.18	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

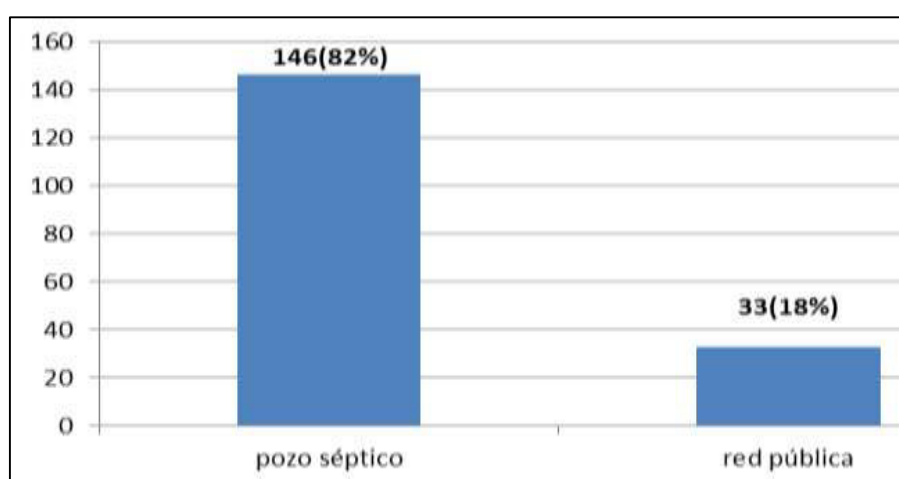


Gráfico N° 7. Evacuación en el hogar de excretas

Interpretación: Se observa que el servicio de eliminación de excretas de las viviendas de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, se realiza mayormente de pozos sépticos con 146 casos, representando el 82%, y red pública con 33 casos representando el 18%.

6. ¿Los miembros de la familia siembran el cacao en tierras?

Tabla N° 18

Tipo de tierra en sembrío de cacao

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Propia	140	0.78	0.78
En arriendo	39	0.22	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

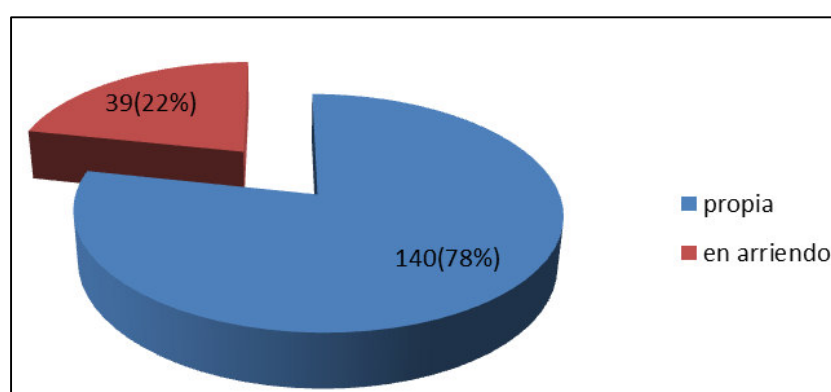


Gráfico N° 8. Sembríos de cacao por familia

Interpretación: Se observa que los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, realizan sembrado de cacao en tierras mayormente propias con 140 casos representando 78%, y en arriendo con 39 casos representando el 22%.

7. En los últimos 24 meses en promedio ¿cuáles han sido sus ingresos por la venta del cacao?

Tabla N° 19
Ingresos por venta de cacao (Expresados en US dólares)

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Menos de 3000	128	0.72	0.72
De 3001 a 7000	27	0.15	0.87
De 7001 a 15000	24	0.13	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

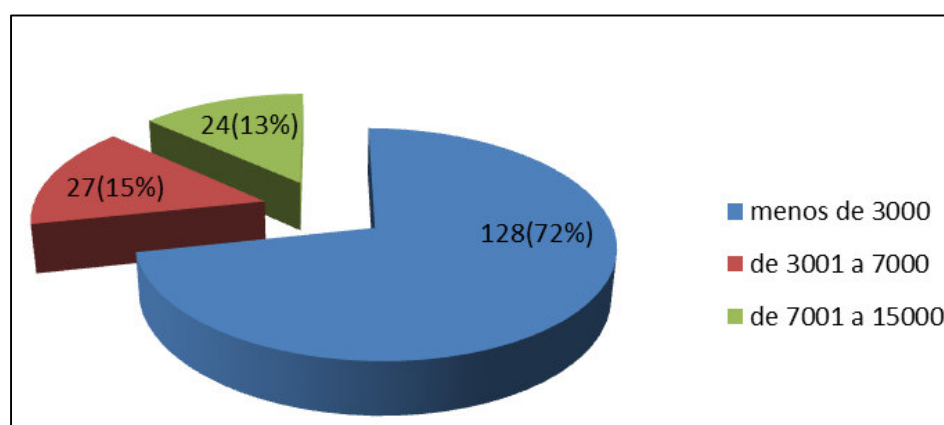


Gráfico N° 9. Venta de cacao en los últimos 2 años

Interpretación: Se observa que en los últimos 24 meses en promedio, los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, sus ingresos por la venta de cacao han sido menos de 3000 con 128 casos, representando el 72%; seguido entre 3001 a 7000 con 27 casos representando el 15%; y de 7001 a 15000 en promedio con 24 casos representando el 13%.

8. ¿Cómo distribuye sus ingresos por la venta del cacao?

Tabla N° 20

Distribución de los ingresos por venta de cacao

<i>Categorías</i>	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	TOTAL
1.-Compra de alim	179 (1.0)								179
2.-Educación		137 (0.77)	42 (0.23)						179
3.-Vestido			137 (0.77)	42 (0.23)					179
4.-Salud		42 (0.23)	137 (0.77)						179
5.-Ahorro					179				179
6.-Bienes						137 (0.77)	42 (0.23)		179
7.-Pago de deuda						42 (0.23)	137 (0.77)		179
8.Diversión								179 (1.0)	179

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

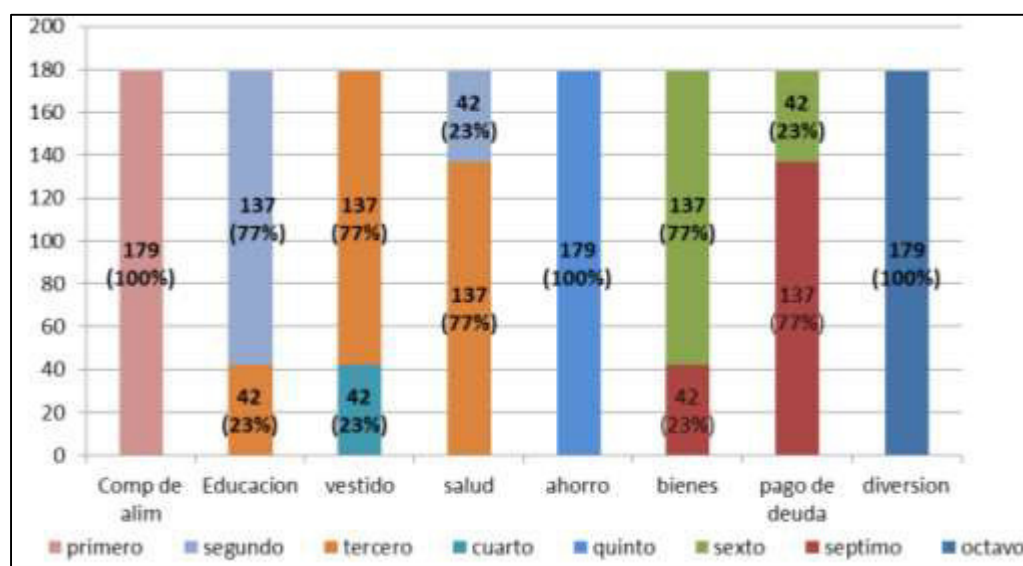


Gráfico N° 10. Distribución de los ingresos por familia

Interpretación: Se observa que la distribución de los ingresos por la venta de cacao de las familias de los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, se realiza mayormente:

- a) 179 familias, destinan del 100% del ingreso en primer lugar a la compra de alimentos
- b) 137 familias, representan el 77% indican como segunda prioridad destinar sus ingresos a educación y 42 familias representan el 23% indican como tercera prioridad destinar sus ingresos a educación
- c) 137 familias, representan el 77% indican como tercera prioridad destinar sus ingresos a vestido y 42 familias representan el 23% indican como cuarta prioridad destinar sus ingresos a vestido,

9. ¿Marque la alternativa que define correctamente que es el comercio justo?

Tabla N° 21

Definición del Comercio Justo

Categoría	Frec. Absoluta	Frec. Relativa	Frec. Acumulada
a) Fomentó la asociación de todas las actividades productivas que se desarrollan en una zona específica del país.	30	0.17	0.17
b) Es una relación de intercambio comercial basada en el dialogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad, mejorando el acceso, asegurando el derecho de los pequeños productores.	33	0.18	0.35
c) Fomenta y apoya las actividades económicas para asociaciones a partir de un determinado número de trabajadores.	35	0.20	0.55
d) Fomenta y apoya a las actividades económicas de productores con mayor variedad de productos.	45	0.25	0.80
e) Son condiciones comerciales que incluyen muchos beneficios y responsabilidades, donde reciben un dinero adicional, para las actividades económicas de los trabajadores.	36	0.20	1.00
TOTAL	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

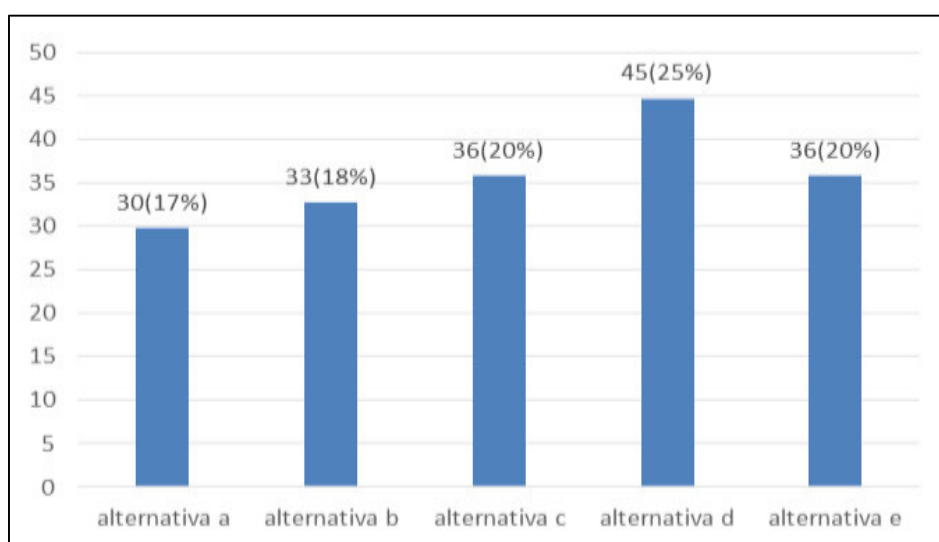


Gráfico N° 11. Conceptualización de comercio justo

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, al preguntarle acerca de la definición correcta del **Comercio Justo**, marcaron la alternativa incorrecta 146 casos representando el 82%, y correctamente 33 casos representando el 18%.

10. ¿Sabe que es el comercio justo?

Tabla N° 22
Caracterización del comercio justo

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
No sabe	110	0.64	0.64
Más o menos	30	0.17	0.81
Si	33	0.19	1.00
Total	173	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

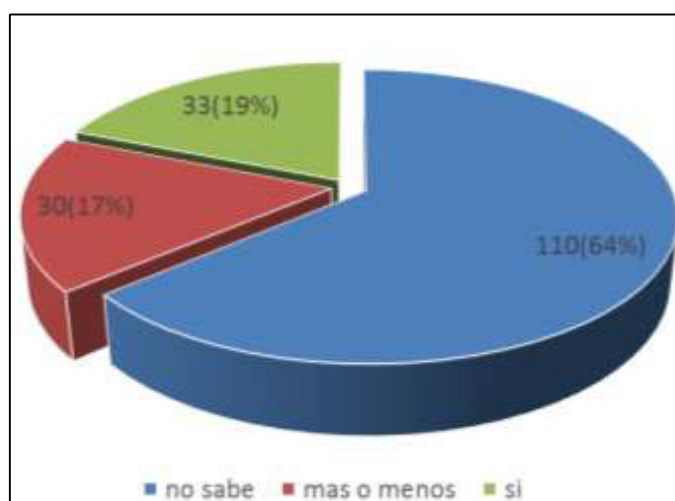


Gráfico N° 12. Caracterización del comercio justo

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, al preguntarle acerca si sabía que es el Comercio Justo, indicaron que “no sabían” 110 casos representando el 64%, seguido de “más o menos” 30 casos representando el 17%, y finalmente “si sabían” 33 casos representando el 19%.

11. ¿Hace cuánto tiempo comercializa cacao bajo las condiciones del comercio justo?

Tabla N° 23

Tiempo que comercializa bajo condiciones del comercio justo

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Menos de un año	27	0.15	0.15
De 1 a 3 años	104	0.58	0.73
De 4 a 6 años	48	0.27	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

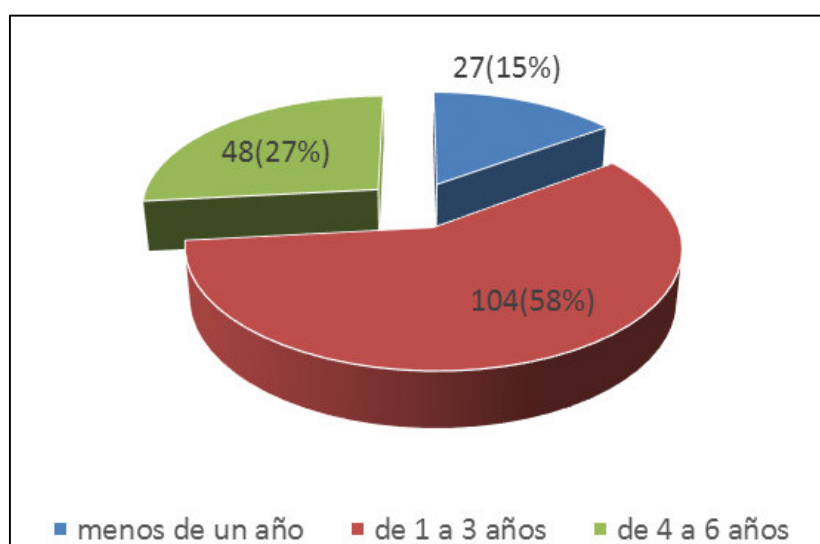


Gráfico N° 13. Comercialización temporal del comercio justo

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, el tiempo de comercialización de cacao bajo las condiciones del **Comercio Justo**, llevan comercializando mayormente entre “1 a 3 años” 104 casos, representando el 58%; seguido de 4 a 6 años, 48 casos representando el 27%, y finalmente “menos de un año” 27 casos representando el 15%.

12. ¿Marque la alternativa que defina correctamente que es el precio mínimo garantizado?

Tabla N° 24
Definición de precio mínimo garantizado

Categorías	Frecuencia	Frec. Relat	Frec. Acum
a) Es el precio que se paga y distribuye equitativamente a la asociación de productores que participan.	43	0.24	0.24
b) Es el precio que garantiza que los productores puedan cubrir sus costos, ante una eventualidad, cuando los precios del mercado mundial sean inferiores, así el productor y comerciante tienen la libertad de negociar precios más altos cuando el precio del mercado es superior al mínimo.	36	0.20	0.44
c) Es el precio que se paga y distribuye equitativamente a la asociación de productores y los intermediarios que participan.	49	0.27	0.71
d) Es el precio que se paga y distribuye equitativamente a la asociación de productores para solventar sus costos de producción y gastos familiares.	33	0.19	0.90
e) Es el precio que se paga según la cantidad y calidad del producto a menor calidad corresponde menor precio mínimo garantizado.	18	0.10	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

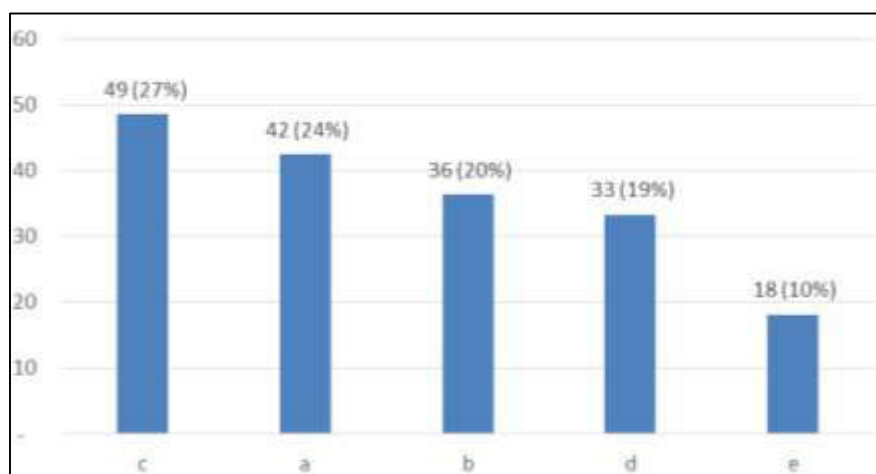


Gráfico N° 14. Conceptualización de precio mínimo garantizado

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, al preguntarle acerca de la definición correcta del precio mínimo garantizado marcaron la alternativa incorrecta 143 casos representando el 80% y correctamente 36 casos representando el 20%.

13. ¿Sabe que es el precio mínimo garantizado?

Tabla N° 25

Sabe que es el precio mínimo garantizado

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
No sabe	134	0.76	0.76
Más o menos	24	0.14	0.90
Si	18	0.10	1.00
Total	176	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.



Gráfico N° 15. Caracterización del precio mínimo garantizado

Interpretación: Los casos estudiados se presentaron mayormente en la categoría “No sabe” con 134 casos representando el 76%, seguido de la categoría “más o menos” con 24 casos representando el 14%, finalmente los que indicaron “Si” con 18 casos representando el 10%.

14. ¿Por sembrar el cacao bajo las condiciones del comercio justo, la venta de sus cosechas a la asociación recibe un precio mínimo garantizado?

Tabla N° 26

La venta de sus cosechas a la asociación recibe Precio Mínimo Garantizado

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
A veces	119	0.67	0.67
Si	48	0.27	0.93
No	12	0.07	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

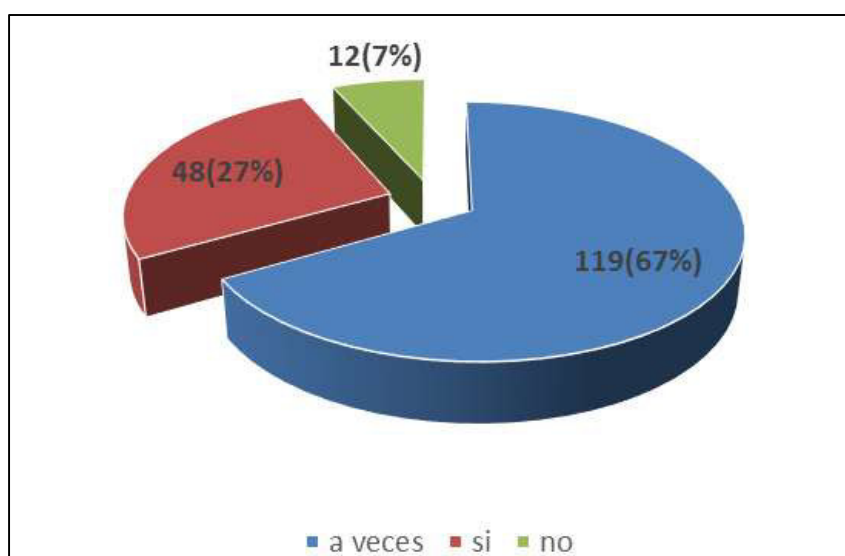


Gráfico N° 16. Cosechas y ventas de cacao por precio mínimo garantizado

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, bajo las condiciones del Comercio Justo, reciben un precio mínimo garantizado mayormente a “a veces” con 119 casos representando el 67%, seguido de “Si” con 48 casos representando el 27%, “No” con 12 casos representando el 7%.

¿Marque la alternativa que defina correctamente que es la prima de desarrollo?

Tabla N° 27
Definición de Prima de Desarrollo

	Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum.
a)	Es un fondo comunal destinado a mejorar solo obras de infraestructura para la mayor producción de la asociación	36	0.20	0.20
b)	Es un fondo comunal con la finalidad de ser utilizado en la mejora de la situación social, económica y medioambiental de la comunidad, su uso se decide democráticamente por la organización de pequeños agricultores. Se invierte en diversos tipos de proyectos como educativos, sanidad, mejoras agrícolas, e instalaciones de procesamiento para aumentar los ingresos.	57	0.32	0.52
c)	Es un fondo comunal destinado a impulsar proyectos empresariales de la comunidad que recién están empezando.	10	0.06	0.57
d)	Es un fondo comunal destinado a proyectos de irrigación y carreteras de acceso a las comunidades.	12	0.07	0.64
e)	Es un fondo comunal destinado al mejoramiento de problemas sociales y la capacidad económica en los hogares de la comunidad.	64	0.36	1.00
	Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

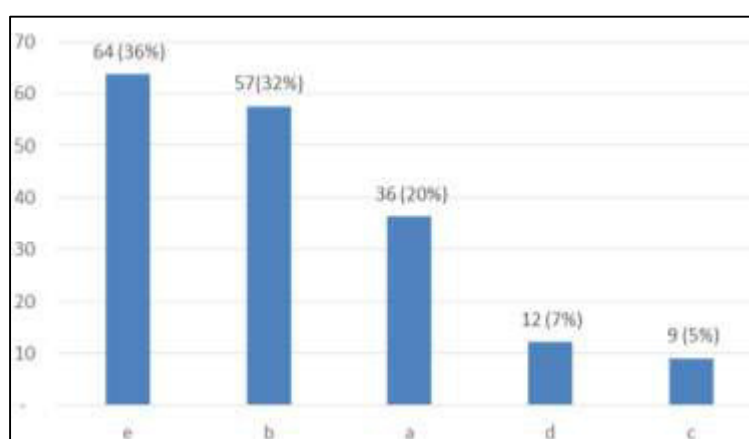


Gráfico N° 17. Conceptualización de prima de desarrollo

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, al preguntarles acerca de la definición correcta de la prima de desarrollo, respondieron mayormente incorrecto 122 casos representando el 68%, y correctamente 57 casos representando el 32%.

15. ¿Sabe que es la prima de desarrollo?

Tabla N° 28
Conocimiento sobre Prima de Desarrollo

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
No sabe	137	0.78	0.78
Más o menos	21	0.12	0.90
Si	18	0.10	1.00
Total	176	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.



Gráfico N° 18. Caracterización de prima de desarrollo

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, a través de las condiciones del Comercio Justo, indican saber acerca de la prima de desarrollo, mayormente “No sabe” con 137 casos representando el 78%, seguido de la categoría “más o menos” con 21 casos representando el 12%, finalmente los que indicaron “Si” con 18 casos representando el 10%.

16. ¿Por comercializar el cacao bajo las condiciones del comercio justo recibe usted una prima de desarrollo?

Tabla N° 29

Recibe Prima de Desarrollo por la venta del cacao

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
A veces	122	0.68	0.68
Nunca	42	0.25	0.92
Siempre	15	0.08	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

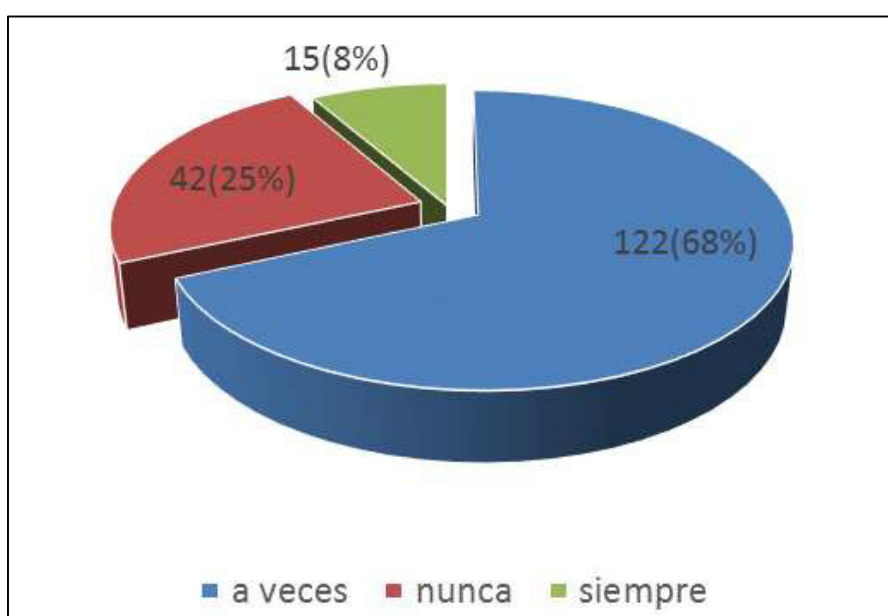


Gráfico N° 19. Prima de desarrollo por comercialización de cacao

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, a través de las condiciones del Comercio Justo, indican recibir “a veces” 122 casos representando el 68%, seguido de la categoría “Nunca” con 42 casos representando 25%, finalmente los que indicaron “Siempre” con 15 casos representando el 8%.

17. ¿Por comercializar el cacao bajo las condiciones del comercio justo, le otorgan adelantos para la venta? (prefinanciación)?

Tabla N° 30
Recibe prefinanciación

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Nunca	134	0.76	0.76
A veces	42	0.24	1.00
Total	176	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.



Gráfico 20. Prefinanciación bajo condiciones de comercio justo

Interpretación: los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, a través de la comercialización del cacao bajo las condiciones del Comercio Justo, mayormente indican que “nunca” le otorgan adelantos para la venta, en 134 casos representando el 76%, seguido de “a veces” con 42 casos representando el 24%,

18. ¿Considera usted que sus ingresos por la venta del cacao ha mejorado desde que comercializa bajo las condiciones del comercio justo?

Tabla N° 31

Sus ingresos por la venta del cacao han mejorado desde que comercializa bajo las condiciones del Comercio Justo

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Ha mejorado un poco	122	0.68	0.68
Ha mejorado sustancialmente	45	0.25	0.93
No ha mejorado sigue igual	12	0.07	1.00
Total	179	1.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

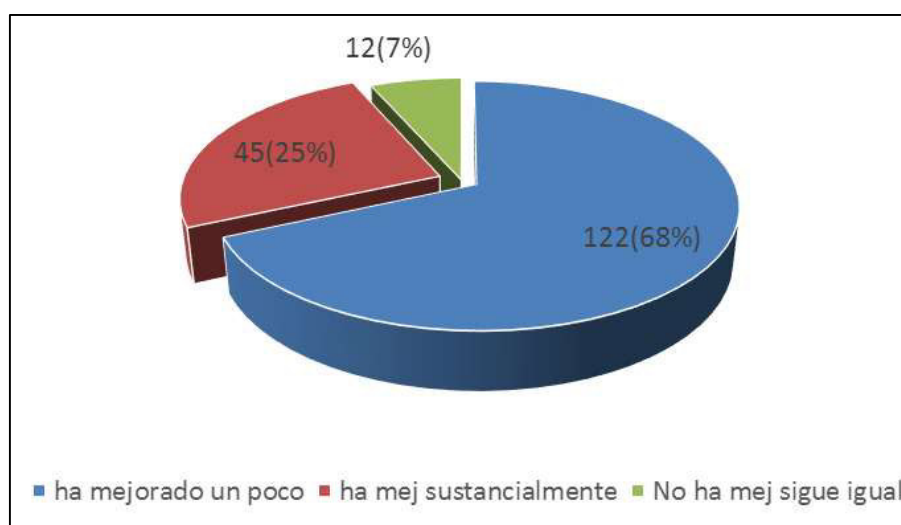


Gráfico N° 21. Mejora de los ingresos por venta de cacao bajo condiciones de comercio justo

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, bajo las condiciones del Comercio Justo, afirman que han mejorado sus ingresos “ha mejorado un poco” con 122 casos representando el 68%; seguido de “ha mejorado sustancialmente” con 45 casos representando el 25%, “No ha mejorado sigue igual” con 12 casos representando el 7%.

19. ¿Comercializar bajo las condiciones del CJ, le ha permitido acceder a?:

Tabla N° 32

Comercialización bajo condiciones de comercio justo

Categorías	Frecuencia	Frec. Relativa	Frec. Acum
Otros	101	0.57	0.57
Educación de sus hijos	45	0.25	0.82
Mejorar su vivienda	30	0.17	0.98
Adquirir terreno	3	0.02	1.00
Total	179	100.00	

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

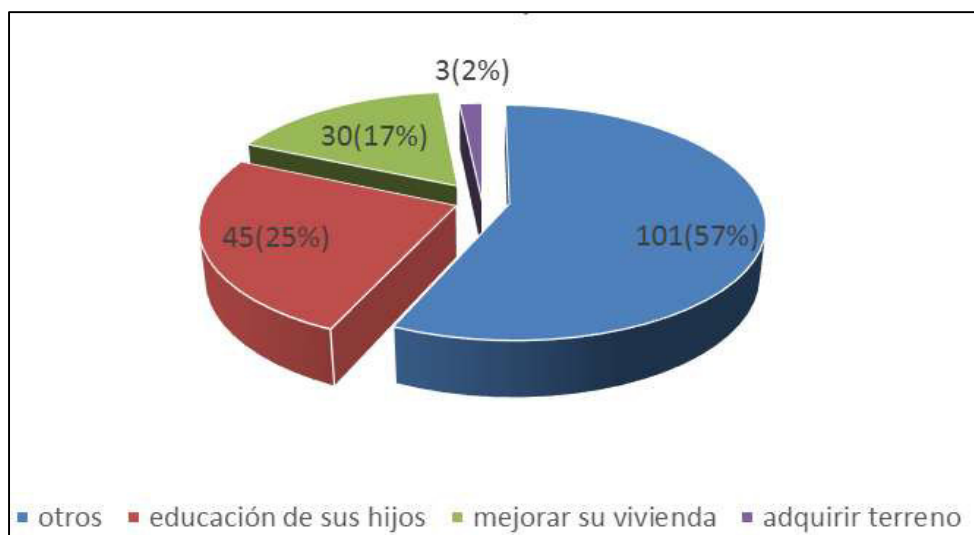


Gráfico N° 22. Acceso a la comercialización bajo las condiciones de comercio justo

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, bajo las condiciones del Comercio Justo le han permitido acceder mayormente a “Otros” 101 casos representando el 57%, seguido de “educación de sus hijos” con 45 casos representando el 25%, “mejorar su vivienda” con 30 casos representando el 17%, y finalmente “adquirir terreno” con 3 casos representando el 2%.

20. ¿Considera usted que el comercio justo permite a la comunidad mejorar las condiciones en cuanto a?:

Tabla N°33

El Comercio Justo le ha permitido a la comunidad mejorar sus condiciones

Categorías	Nada	Casi Nada	Más o Menos	Poco
Salud	60	54	51	15
Educación	60	54	51	15
Ser agua electricidad	60	104	0	15
Técnicas de cultivo	60	101	0	18
Asesoría de cultivo	60	51	0	69
Capacitación	51	0	75	54
Diversificación de la producción	51	0	75	54

Fuente: Encuesta dirigida a los pequeños productores de cacao.

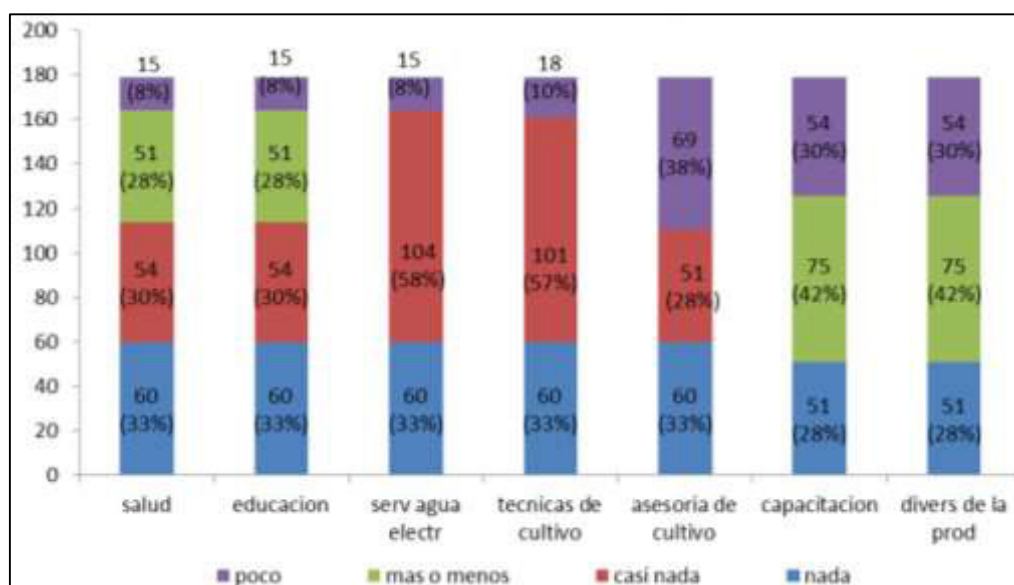


Gráfico N° 23. Condiciones para el desarrollo de comercio justo

Interpretación: Los pequeños productores de cacao en la Provincia de Los Ríos, por comercializar el cacao bajo las condiciones del “Comercio Justo”, ha permitido mejorar las condiciones de su comunidad en cuanto a (a) salud: un 8% perciben poco, un 28% más o menos, un 30% casi nada y un 33% en nada, (b) respecto de la educación: 8% percibe poco, un 28% más o menos, un 30% casi

nada, 33% en nada; (c) respecto de la servicios de electricidad y agua: 8% percibe poco, un 58% casi nada, 33% en nada; (d) respecto de técnicas de cultivo: 10% percibe poco, un 57% casi nada, 33% en nada; (e) en cuanto a asesoría en cultivo: 38% percibe poco, un 28% casi nada, 33% en nada; (f) respecto de la capacitación: 30% percibe poco, un 42% más o menos, 28% en nada; y en cuanto a la diversificación de la producción: 30% percibe poco, un 42% casi nada, 28% en nada.

CAPÍTULO 5: IMPACTOS.

Propuesta para la solución de los problemas.

Fortalecimiento de los pequeños productores de cacao sobre el Comercio Justo para elevar su nivel de conocimiento sobre las características y potencialidades del sistema a través de la capacitación , que permitan a la colectividad asegurar una toma de decisión democrática en cuanto a la utilización del excedente generado y poder continuar elevando los estándares de vida de las familias (ver anexo 5), los programas son: control de la calidad bajo las normas ISO 26000 (Responsabilidad Social y Empresarial) y la ISO 14001(Sistemas de Gestión Ambiental) y la Logística y Comercialización del cacao, con el objetivo de mejorar la calidad del producto y optimizar las prácticas de producción orgánico vinculado al desarrollo ambiental responsable. Además el excedente de la prima se destinara para el mejoramiento de la infraestructura física en lo referente a procesos de logística y comercialización.

Costos de implementación de la propuesta.

El costo del sistema fortalecimiento de la asociación está de acuerdo a la vigencia de la prima de desarrollo que serán asignados a cada una de las sub asociaciones, este sistema de ingresos adicionales garantiza que el excedente entre precio mínimo y un diferencial adicional (prima Fair Trade) sean destinados a los socios para desarrollar eventos de formación continua y mejoramiento de infraestructura.

UNIDAD EJECUTORA:	Asociación de Trabajadores Autónomos Cacaoteros “La Esmeralda”. Los Ríos	
RESPONSABLE DEL PROYECTO:	Gerente-Administrador de la Asociación.	
OBJETIVO ESTRATÉGICO QUE CONTRIBUYE EL PROYECTO.		
Promover el Comercio Justo como alternativa de comercialización, optimizando la prima de desarrollo de comercio justo distribuida a los miembros de la asociación.		
ACCIÓN ESTRATÉGICA UNIDAD EJECUTORA.		
<div>✓ Realizar programas de formación continua, fortaleciendo a los pequeños productores con programas de aprendizaje que mejoren la calidad del producto a través del adecuado manejo de los procesos de tecnificación y poscosecha.</div> <div>✓ Desarrollo de infraestructura física en los galpones de producción y acopio del cacao fino de aroma de la asociación.</div>		
PROYECTO.		
Distribución de costo prima en programas de Capacitación Continua y mejoramiento de la infraestructura física de la asociación de cacaoteros.		
OBJETIVOS DEL PROYECTO.		
<div>✓ Mejorar los sistemas de calidad mediante la ejecución de programas de capacitación continua que permitan optimizar las prácticas de producción de los pequeños productores cacaoteros de la asociación la Esmeralda en el desarrollo ambiental responsable.</div> <div>✓ Mejorar la obra física de la asociación en el proceso fermentación, zarandeo, secado del cacao fino de aroma.</div>		
COMPONENTES PRINCIPALES DEL PROYECTO		PONDERACION
<div>✓ Capacitación continua en: Manejo del cacao orgánico cosecha y poscosecha, Capacitación de Logística y Comercialización del Cacao y Capacitación de Control de Calidad (ISO 26000 - ISO 14001- ISO 65-FLOCERT).</div>		17.0%
<div>✓ Mejoramiento de infraestructura física.</div>		83.0%
TOTAL		100.0%

PROYECTO: Programa de fortalecimiento

UNIDAD EJECUTORA: Asociación de Trabajadores Autónomos Cacaoteros “La Esmeralda”.

RESPONSABLE: Gerente-Administrador de la Asociación.

FIN	INDICADORES	VERIFICADORES	SUPUESTOS
Convertir a las asociaciones y sub asociaciones cacaoteras de la Esmeralda - Provincia de Los Ríos en referentes del comercio justo y potencializar sus resultados al resto de la región 5.	En el periodo 2017-2019, el 100% de los socios recibirán fortalecimiento de talento humano y desarrollo físico de la infraestructura.	Plan estratégico de la asociación. Planes operativos anuales Informes de condiciones de vida.	Asociaciones comprometidas al programa Comercio Justo.

PROPÓSITO	INDICADORES	VERIFICADORES	SUPUESTOS
Mejorar los sistemas de productividad utilizando las primas de desarrollo que permitan optimizar la relación costo beneficio en los pequeños productores de cacao.	Al finalizar el 2018 las asociaciones contarán con el 90% de socios seleccionados y capacitados. Al finalizar el 2019 se contará con las mejoras en la infraestructura física para el manejo del producto.	Certificaciones, auditorías de gestión internas y externas para cacao orgánico. Planos y tomas físicos de los galpones mejorados.	Diferencial entre costo mínimo y precio en el mercado del comercio justo disponible para el desarrollo de programas.

COMPONENTES:				
1	Capacitación continua.	En los años comprendidos entre el 2017 hasta el 2018, la directiva de la asociación capacitará al 90% de los socios en logística, comercialización y certificaciones Flo cert.	Registros de inscripción y asistencia, fotos, facturas, talleres realizados, certificados de aprobación.	Asignación presupuestaria.
2	Mejoramiento de infraestructura.	En el primero y segundo semestre del 2019 se dispondrá de infraestructura mejorada y lista para la producción , logística y comercialización.	Planos arquitectónicos y físicos Acta de entrega de la obra. Fiscalización Fotos,	Asignación presupuestaria de la prima de desarrollo asignada a la asociación.

ACTIVIDADES COMPONENTE 1: CAPACITACION CONTINUA		PONDERACION 1
1.1	Planificación del programa	
1.1.1	Elaboración del cronograma de actividades para los programas de educación continua sobre: Manejo del cacao orgánico cosecha y pos cosecha, Capacitación de Logística y Comercialización del Cacao y Capacitación de Control de Calidad (ISO 26000 - ISO 14001- ISO 65).	1
1.1.2	Logística de los eventos (Local, materiales, refrigerios, equipos audiovisual).	3
1.1.3	Contratación de los facilitadores.	1
1.1.4	Difusión del evento.	1
1.2	Ejecución.	
1.2.1	Control y registro de asistencia de los capacitados.	5
1.2.2	Entrega de material de trabajo.	1
1.3	Control .	
1.3.1	Los socios multiplican la capacitación en cada subasociación.	2
1.3.2	Auditorías internas de gestión.	2
1.3.3	Revisión de procedimientos de calidad.	1
	PONDERACION 1 SUBTOTAL .	17

ACTIVIDADES COMPONENTE 2: MEJORAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA.		PONDERACION 2
1	Planificación	
1.1	Elaboración de los planos de infraestructura física	12
1.2	Licitación y adjudicación	3
2	Ejecución	
2.1	Construcción de galpones de producción.	17
2.2	Construcción de galpones de almacenamiento	22
2.3	Construcción de galpón de comercialización	22
3	Control	
3.1	Fiscalización interna	5
3.2	Entrega recepción	2
	PONDERACION 2 SUBTOTAL	83
	PONDERACION TOTAL(1+2)	100

Beneficios que aporta la propuesta

Con los excedentes de la prima de desarrollo se realizará la capacitación a 5 representantes de las 16 asociaciones y estos a su vez capacitarán a sus asociados en materia de la adquisición de certificaciones del Comercio Justo con el fin de que se beneficien de sus bondades, de esta manera los flujos de dinero de la asociación se incrementará y podrán recibir sus asociados un mayor ingreso, con ello se busca que sus condiciones de vida mejoren sustancialmente, ya que podrán cubrir la educación de los miembros de cada familia, eliminación del trabajo infantil y consolidación de su economía solidaria.

Compromiso de los directivos de las diferentes asociaciones para desarrollar estrategias de comercialización, certificación fair trade que garanticen mejores condiciones de vida en los pequeños agricultores.

Mejor utilización de los recursos de tierra logística de transporte y comercialización de las asociaciones.

El desarrollo de los proyectos de capacitación e infraestructura desglosados del excedente prima de desarrollo, se calcula así:

Prima de desarrollo = Precio del mercado – Precio mínimo garantizado

PD = PM-PMG

De la fórmula anterior, encontramos la prima de desarrollo en el precio de cacao para Ecuador de la siguiente manera:

Tabla N°34:

Prima de desarrollo en comercio justo.

Orden	Nomenclatura para precio de cacao	Valor monetario
01	Precio mínimo garantizado (*)	\$ 150.00
02	Precio en el mercado (**)	\$ 120.00

Fuente: Proecuador

()Lo establecen los Organismos no gubernamentales*

*(**) En el caso de Ecuador la Bolsa de productos de New York y Londres y la oferta y demanda de los países productores del Sur*

Por lo tanto: PD= \$150-1\$20=\$ 30 Aplicado para la asociación “La Esmeralda”

Los \$30 dólares del diferencial entre precio del mercado y precio comercio justo, el 100 % de los agricultores están de acuerdo con el excedente.

La unidad de análisis fue el cantón Montalvo uno de los 13 cantones de la Provincia de Los Ríos, de acuerdo al siguiente detalle tenemos:

Tabla N° 35:

Asociaciones del cantón Montalvo.- Producción.

Población	No de asociaciones	Producción	Porcentaje
Cantón Montalvo	16	24.859	12.7
Provincia Los Ríos	442	195.861	100

Fuente: Censo Agropecuario. INEC

Número de familias beneficiadas 323, que pertenecen a 16 sub asociaciones y representan el 12.7 % con una producción de 24.859 de quintales de cacao orgánico anual. Si seleccionamos la producción y multiplicamos por los \$30,00 de la prima de desarrollo por comercializar con el comercio justo tenemos un valor de \$745.770, que sería el valor agregado que reciben por el comercio justo, en el momento de la entrega de la producción a los centros de acopio autorizados

con Comercio Justo; existe una merma del 15 % aproximadamente(\$149.154), este valor rechazado no representa pérdida para los agricultores pues lo comercializan a un promedio de 120 dólares en los acopios particulares, las razones por las cuales cierta producción no pasa los estándares es por exceso de humedad, cacao que antes de la cosecha utilizó fertilizantes en el campo, no aplican las normas ISO 65 y FLOCERT

El valor agregado que recibe la asociación en su prima de desarrollo lo distribuye de la siguiente manera para los años 2017-2019.

Tabla N°36:

Proyectos de capacitación e infraestructura Asociación “La Esmeralda”

Rubro	Subtotal	%	Observaciones
Capacitación	50000	17.0	Manejo del cacao orgánico. Logística y comercialización y control de calidad
Infraestructura	253.750	83.0	Galpón 1: Producción y almacenamiento Galpón 2: Comercialización
	303.750	100.0	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Estos rubros se desglosan en el Ms Project así: \$50000 para capacitación primer proyecto 2017-2018 y \$250.000 en infraestructura física 2018-2019. (ver Anexo 3 y 4)

CONCLUSIONES:

1. El Comercio Justo en Ecuador está basado en principios de economía solidaria, su meta es beneficiar a los sectores necesitados para que tengan mayor participación y oportunidad en el mercado.
2. Posiciona al recurso humano por encima de cualquier beneficio económico y defiende el cuidado del medio ambiente, por lo tanto es impulsado, apoyado por personas solidarias por lo que la filosofía del Comercio Justo considera relaciones comerciales éticas, respetuosas entre países desarrollados y los que se encuentran en vías de desarrollo.
3. El Comercio Justo en Ecuador, representa el 1% de las exportaciones no petroleras, comprende una mínima parte de oferentes que trabajan con esta modalidad de comercio, considerando que todavía se encuentran con falencias en los procesos de adaptación.
4. Adicionalmente, se pudo determinar la diferencia del comercio tradicional y aquellos defendidos por el Comercio Justo, considerando que los principios ortodoxos plantean una mayor apertura, la especialización productiva en desmedro de las condiciones de vida, los nuevos planteamientos proponen rescatar dichos conceptos, agregando una conceptualización de economía solidaria.
5. La oportunidad de trabajar con Comercio Justo con el producto tradicional cacao requiere cubrir costos para la obtención de las certificaciones, aspecto que dificulta a los pequeños productores, que se ven obligados a trabajar sin dicho requisito. Con todas estas condiciones, las iniciativas

podrían tomar mayor espacio en los mercados y de ese modo invocar al crecimiento mediante mejoras sustanciales en la calidad de vida de los participantes.

6. Las indagaciones efectuadas a través de la encuesta sobre el tema develan un entramado de posturas donde son reconocibles las incongruencias praxiológicas existentes para la puesta en escena de los postulados y directrices que norman el Comercio Justo en la reducción de la pobreza de los pequeños productores de cacao, algunas de orden objetivo y otras del ámbito subjetivo. No obstante a estas se ha podido corroborar que los precios mínimos y la prima de desarrollo han permitido progresivas mejorías en los ingresos de los productores de cacao de la Provincia de Los Ríos.
7. Además el prefinanciamiento les ha permitido mejorías en sus necesidades básicas pero no en su verdadera dimensión, es importante señalar que en un considerable número los pequeños agricultores han partido de una situación de pobreza y en algunos casos de pobreza extrema, a pesar de ello se comienzan a ver resultados alentadores en la disminución de esta situación.
8. Al comparar la fluctuación de precios existente entre el mercado convencional y alternativo, se corroboró que los beneficios económicos de la certificación de Comercio Justo son mayores que en la producción convencional, así como la existencia de un ingreso extra denominado prima, que a pesar de no ser una valor monetario directo al productor, se distribuye en programas sociales de las asociaciones cacaoteras.
9. El conocimiento de los productores de cacao sobre las ventajas y características de Comercio Justo es aún insuficiente y la reducción de la pobreza es mínima.

RECOMENDACIONES

1. Una de las propuestas más viables para que un pequeño productor sea capaz de sostener una producción de calidad es la asociatividad, es decir, juntarse con otras personas bajo el mismo propósito, con el objetivo de abaratar costos y en este mismo sentido lograr un avance y reconocimiento colectivo como grupo productor.
2. Este sistema alternativo de comercialización a diferencia del convencional presenta un escenario atractivo para el pequeño productor, debido a la estabilidad en precios que entrega por la demanda periódica de producción que exige, ventaja competitiva que se genera gracias a contratos de compra que las entidades involucradas manejan con un precio fijo.
3. Realizar una guía presentación que defina procedimientos reales que involucren a los actores directos para facilitar la obtención de la certificación Fair Trade desde la primera auditoría hasta la auditoría de renovación, haciendo énfasis en los tiempos estimados de duración y costos de procedimientos.
4. Los pequeños productores de cacao de la Provincia de Los Ríos deben acceder a la certificación de cacao orgánico, donde el nivel de asociatividad es importante para acceder a los beneficios del comercio justo.
5. Que el Estado intervenga en la difusión, información, apoyo y financiamiento de los costos para certificación Fair Trade apoyando a las organizaciones que no poseen los recursos para optar por este

mercado, y potenciar a aquellas organizaciones que sí han podido costearlos en el pasado.

6. El gobierno ecuatoriano con políticas específicas debería incrementar su apoyo a los cacaoteros de todas las provincias y buscar una mayor diferenciación de precio del cacao Nacional, por ser los productores del cacao fino de aroma. La entrega por parte del Ministerio de Agricultura de semillas CCN-51 representa una contradicción. Un *Premium* y un sistema de identificación ayudaría a evitar la mezcla de los tipos de cacao y promovería la producción de cacao Nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BANCO MUNDIAL . (2001). *INFORME SOBRE EL DESARROLLO MUNDIAL - LUCHA CONTRA LA POBREZA*. Washington , D.C.: Mundi-Prensa Libros, S.A.
- Brossar del Rosario, F. (2010). *Capacidad operativa del Gobierno Local para la promoción del comercio justo y la incorporación de sus beneficiarios en los planes de desarrollo local Municipalidad Provincial de Sullana Piura*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo. (12 de agosto de 2015).
Obtenido de www.cecjecuador.or.ec
- Fair Trade International y World Fair Trade Organization. (2009).
<http://www.Fair Trade.net>. Recuperado el 4 de setiembre de 2015, de http://www.Fair Trade-advocacy.org/images/FTAO_charters_3rd_version_ES_v1.3.pdf
- Feres, Juan Carlos - Manacero, Xavier;. (2001). Enfoques para la medición de la pobreza. (D. d. CEPAL, Ed.) *Serie Estudios Estadísticos y Prospectivos N° 4*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: MacGraw-Hill.
- Hernandez Sampieri, Roberto; Fernández Collao, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. (2003). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- IICA, I. I. (2008). El comercio justo como alternativa para el desarrollo equitativo. *Cuaderno Técnico 38*, 27.
- INEC, I. N. (2006). <http://www.inec.gob.ec/inec/>. Recuperado el 10 de setiembre de 2015, de <http://www.inec.gob.ec/inec/>
- INEC, I. N. (2015). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 10 de setiembre de 2015, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/Metodologia/Documento%20Metodologico%20ECV%206R.pdf

- María Fernández Suarez, y Maribel Hernández Romero. (setiembre de 2012). *La Sombra y El Guapotal: dos realidades distintas de afrontar los problemas de la industria del café*. Tesis, Universidad de Barcelona, Barcelona. Recuperado el 20 de julio de 2015, de <http://www.alternativa3.com/assets/files/tesis-Maribrl-Maria.pdf>
- Marquez, F., Dalle , P., Sauku, R., Morales, E., & Arbonia, J. (2008). *Procesos de urbanización de la pobreza y nuevas formas de exclusión social : Los retos de las políticas sociales de las ciudades latinoamericanas del siglo XXI* (21 ed., Vol. I). Bogotá, Colombia: Siglo del Hombre - CLACSO.
- Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca y Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación. (2010). *Diagnostico de la cadena de valor del cacao en el Ecuador*. Quito.
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2012). *Proyecto de reactivación del cacao nacional fino de aroma*. Quito: Vice Ministerio de Desarrollo Rural.
- Plafox, German; Ochoa, Adriana; Espejel, Joel. (16 17 de Diciembre de 2013). <http://www.wbiworldconpro.com>. (M. Hoque, Ed.) Recuperado el 21 de Agosto de 2015, de http://www.wbiworldconpro.com/uploads/mexico-conference-2013/spanish/1386824327_6002-_Ochoa,_Espejel,_Palafox.pdf
- PNUD. (2003). *Los INFORMES SOBRE DESARROLLO HUMANO Objetivos de Desarrollo del Milenio: un pacto entre las naciones para eliminar la pobreza*. New York: Mundi-Prensa Libros, S.A. .
- PNUD, P. d. (1997). *Informe sobre el desarrollo humano*. Recuperado el 10 de setiembre de 2015, de www.undp.org/es/informe-sobre-desarrollo-humano-1997
- PROECUADOR. (20 de julio de 2013). <http://www.proecuador.gob.ec>. Recuperado el 13 de julio de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-cacao-2013/>
- Smith, A. (2001). *La Riqueza de las Naciones* (Ilustrada, reimpresión ed.). (C. Rodríguez Braun, Trad.) Mexico: Alianza Editorial.
- Stoler, M. (2012). <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3076>. (S. E. Universidad Simón Bolívar, Ed.) Recuperado el 10 de agosto de 2015, de <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/3076>

WFTO, O. M. (12 de setiembre de 2015). *www.wfto.org*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio Justo: <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es>

ANEXOS

Anexo N° 1.- Encuesta realizada a los pequeños agricultores de la Asociación “La Esmeralda” en el cantón Montalvo Provincia de Los Ríos

TESIS:

INFLUENCIA DEL COMERCIO JUSTO EN LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS: ECUADOR

ACCESO A UNA VIVIENDA ADECUADA

1. Su vivienda donde habita en su construcción predomina el material:

- a) Cemento ()
- b) Madera ()
- c) Adobe ()
- d) Caña ()

Hacinamiento

2. ¿Cuántas habitaciones cuenta su hogar? Indicar cantidad de cada uno de los nombrados (Mínimo cinco)

- a) Sala ()
- b) Comedor ()
- c) Sala comedor ()
- d) Dormitorio ()

3. El estado de conservación de la vivienda es:

- | | Bueno | Regular | Malo |
|------------|-------|---------|------|
| a) Techo | () | () | () |
| b) Paredes | () | () | () |
| c) Piso | () | () | () |

DISPONIBILIDAD DE AGUA Y EL ACCESO A SERVICIOS SANITARIOS BASICOS

4. ¿De donde obtiene el agua principalmente este hogar?

- a) Red pública ()
- b) Por tubería ()
- c) Carro repartidor/triciclo/agua a granel ()
- d) Pozo o grieta ()
- e) Río, vertiente, acequia o canal ()

5. La vivienda para la eliminación de excretas lo hace:

- a) A red pública ()
- b) Al río, vertiente, acequia o canal ()
- c) Pozo séptico ()

6. Los miembros de la familia siembran el cacao en tierras:

- a) Propia ()
- b) En arriendo ()
- c) Al partir ()

7. En los últimos 24 meses en promedio cual ha sido sus ingresos por la venta del cacao?

- a) Menos de 3000 ()
- b) De 3001 a 7000 ()
- c) De 7001 a 15000 ()
- d) Más de 15000 ()

8. ¿Qué porcentaje de sus ingresos por la venta del cacao lo destina a:

- a) Alimentación-vivienda y vestido ()
- b) Educación-salud ()
- c) Diversión-ahorro-pago de deuda ()

II COMERCIO JUSTO

9. Marque la alternativa que define correctamente que es el comercio justo (factor)

- a) Fomentó la asociación de todas las actividades productivas que se desarrollan en una zona específica del país.
- b) Es una relación de intercambio comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad, mejorando el acceso, asegurando el derecho de los pequeños productores.
- c) Fomentó y apoyó a las actividades económicas para asociaciones a partir de un determinado número de trabajadores.
- d) Fomentó y apoyó a las actividades económicas de productores con mayor variedad de productos.
- e) Son condiciones comerciales que incluyen muchos beneficios y responsabilidades, donde reciben un dinero adicional, para las actividades económicas de los trabajadores.

10. ¿Sabe que es el comercio justo?

- a) Si ()
- b) Más o menos ()
- c) No sabe ()

11. ¿Hace cuánto tiempo comercializa cacao bajo las condiciones del comercio justo?

- a) Menos de 1 año ()
- b) De 1 a 3 años ()
- c) De 4 a 6 años ()
- d) De 7 a 9 años ()
- e) Más de 10 años ()

12. Marque la alternativa que define correctamente que es el precio mínimo garantizado (factor).

- f) Es el precio que se paga y distribuye equitativamente a la asociación de productores que participan. ()
- g) Es el precio que garantiza que los productores puedan cubrir sus costos, ante una eventualidad, cuando los precios del mercado mundial sean inferiores, así el productor y comerciante tienen la libertad de negociar precios más altos cuando el precio del mercado es superior al mínimo. ()
- h) Es el precio que se paga y distribuye equitativamente a la asociación de productores y los intermediarios que participan. ()
- i) Es el precio que se paga y distribuye equitativamente a la asociación de productores para solventar sus costos de producción y gastos familiares. ()
- j) Es el precio que se paga según la cantidad y calidad del producto a menor calidad corresponde menor precio mínimo garantizado. ()

13. ¿Sabe que es el precio mínimo garantizado?

- a. Si ()
- b. Más o menos ()
- c. No sabe ()

14. ¿Por sembrar el cacao bajo las condiciones del comercio justo, la venta de sus cosechas a la asociación recibe un precio mínimo garantizado? (PMG)

- a. Si ()
- b. A veces ()
- c. No ()

15. Marque la alternativa que define correctamente que es la prima de desarrollo (factor)

- f) Es un fondo comunal destinado a mejorar solo obras de infraestructura para la mayor producción de la asociación ()
- g) Es un fondo comunal con la finalidad de ser utilizado en la mejora de la situación social, económica y medioambiental de la comunidad, su uso se decide democráticamente por la organización de pequeños agricultores. Se invierte en diversos tipos de proyectos como educativos, sanidad, mejoras agrícolas, e instalaciones de procesamiento para aumentar los ingresos. ()
- h) Es un fondo comunal destinado a impulsar proyectos empresariales de la comunidad que recién están empezando. ()
- i) Es un fondo comunal destinado a proyectos de irrigación y carreteras de acceso a las comunidades. ()
- j) Es un fondo comunal destinado al mejoramiento de problemas sociales y la capacidad económica en los hogares de la comunidad. ()

16. ¿Sabe que es la prima de desarrollo?

- a. Si ()
- b. Más o menos ()
- c. No sabe ()

17. ¿Por comercializar el cacao bajo las condiciones del comercio justo recibe usted una prima de desarrollo? (PD)

- a. Siempre ()
- b. A veces ()
- c. Nunca ()

18. ¿Por comercializar el cacao bajo las condiciones del comercio justo, le otorgan adelantos para la venta? (prefinanciación)

- a. Siempre ()
- b. A veces ()
- c. Nunca ()

19. ¿Considera usted que sus ingresos por la venta del cacao ha mejorado desde que comercializa bajo las condiciones del comercio justo? (Dep)

- a. Ha mejorado sustancialmente ()
- b. Ha mejorado un poco ()
- c. No ha mejorado sigue igual ()
- d. Ha empeorado ()

20. Considera usted que comercializar bajo las condiciones del comercio justo, le ha permitido acceder a: (Dep)

- a. Mejorar su vivienda ()
- b. Adquirir terreno ()
- c. Educación de sus hijos ()
- d. Otros:.....

21.- Considera usted que el comercio justo permite a la comunidad mejorar las condiciones en cuanto a:

	Mucho	Poco	Más o menos	Casi nada	Nada
a. Salud	()	()	()	()	()
b. Educación	()	()	()	()	()
c. Servicios agua, electricidad, desagüe	()	()	()	()	()
d. Tecnología de cultivo	()	()	()	()	()
e. Asesoramiento de cultivo	()	()	()	()	()
f. Capacitación	()	()	()	()	()
g. Diversificación de la producción	()	()	()	()	()

Anexo N° 2.- Instrumento de opinión de experto

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS UNIDAD DE POSGRADO

INSTRUMENTO DE OPINION DE EXPERTOS

I. DATOS DEL INFORMANTE

Apellidos y nombres del informante	Institución donde labora
MAURICIO PACHAS, PABLO	UNMSM

II. DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento	Autor del instrumento
Encuesta	Mg. Darwin Fabián Toscano Ruiz

III. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES	DEFINICIONES	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENO	EXCELENTE
		1	2	3	4	5
Claridad	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades				X	
Objetividad	Las preguntas están expresado en conductas observables				X	
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia					X
Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, datos demográficos, instrucciones, etc.				X	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos del comercio justo				X	
Consistencia	Basados en aspectos teórico científico				X	
Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.				X	
Metodología	La estrategia corresponde al estudio				X	
Pertinencia	Es adecuado para el objetivo de la investigación				X	
SUMATORIA					9	1


IV. PROMEDIO DE VALORACION

V. OPINION DE APLICABILIDAD

- 1) PROCEDE SU APLICACIÓN
- 2) PROCEDE PREVIO LEVANTAMIENTO DE LAS OBSERVACIONES QUE SE ADJUNTAN
- 3) NO PROCEDE SU APLICACIÓN

MUY BUENO

X



Firma del experto

07855891

DNI

20/04/2016

Fecha

Anexo N°3.- Proyectos de capacitación y educación continua asociación “La Esmeralda”.

PROGRAMA FORTALECIMIENTO Y CAPACITACION CONTINUA											
Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Costo	2017	2018	2019	2020	2021		
					S1	S2	S1	S2	S1	S2	S1
1.- PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO CAPACITACIÓN CONTINUA	635 días	lun 03/07/17	vie 06/12/19	\$ 50.000,...							
1.1 Planificación del programa capacitación	20 días	lun 03/07/17	vie 28/07/17	\$ 21.000,...							
1.1.1 Presentación del proyecto a la Asociación La Esmeralda	1 día	lun 03/07/17	lun 03/07/17	\$ 200,00							
1.1.2 Aprobación por el consejo administrativo	1 día	mar 04/07/17	mar 04/07/17	\$ 100,00							
1.1.3 Elaboración del cronograma de educación continua 2017-2019	5 días	mié 05/07/17	mar 11/07/17	\$ 100,00							
1.1.4 Selección de Facilitadores	4 días	mié 05/07/17	lun 10/07/17	\$ 0,00							
1.1.5 Logística de los eventos académicos (Local, materiales, equipos audiovisuales)	6 días	mié 12/07/17	mié 19/07/17	\$ 500,00							
1.1.6 Contratación de los facilitadores (3 facilitadores*3000 cada uno)	2 días	mié 12/07/17	jue 13/07/17	\$ 9.000,00							
1.1.7 Selección de los pequeños agricultores para capacitación	2 días	vie 14/07/17	lun 17/07/17	\$ 100,00							
1.1.8 Movilidad a los participantes	5 días	lun 24/07/17	vie 28/07/17	\$ 6.000,00							
1.1.9 Pasajes y alojamientos facilitadores	5 días	lun 24/07/17	vie 28/07/17	\$ 5.000,00							
1.2 Ejecución	86 días	mar 01/08/17	mar 28/11/17	\$ 6.100,00							
1.2.1 Seminario Manejo del cacao orgánico cosecha y poscosecha	17 días	mar 01/08/17	mié 23/08/17	\$ 1.700,00							
1.2.1.1 Inauguración del taller	1 día	mar 01/08/17	mar 01/08/17	\$ 500,00							
1.2.1.2 Entrega de materiales	1 día	mié 02/08/17	mié 02/08/17	\$ 500,00							
1.2.1.3 Registro de asistencia	15 días	mié 02/08/17	mar 22/08/17	\$ 200,00							
1.2.1.4 Clausura y entrega de diplomas	1 día	mié 23/08/17	mié 23/08/17	\$ 500,00							

Proyecto: Capacitación

Fecha: 2017-2019

Tarea

División

Hito

Resumen

Resumen del proyecto

Tarea inactiva

Hito inactivo

Resumen inactivo

Tarea manual

solo duración

Informe de resumen manual

Resumen manual

solo el comienzo

solo fin

Tareas externas

Hito externo

Fecha límite

Progreso

Progreso manual

Elaborado por: Fabian Toscano Ruiz

PROGRAMA FORTALECIMIENTO Y CAPACITACION CONTINUA														
Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Costo	2017	2018	2019	2020	2021					
					S1	S2	S1	S2	S1	S2	S1	S2	S1	
1.2.2 Seminario Logística operativa	17 días	mar 19/09/1	mié 11/10/17	\$ 1.700,00										
1.2.2.1 Inaguración del taller	1 día	mar 19/09/1	mar 19/09/17	\$ 500,00										
1.2.2.2 Entrega de materiales	1 día	mié 20/09/1	mié 20/09/17	\$ 500,00										
1.2.2.3 Registro de asistencia	15 días	jue 21/09/17	mié 11/10/17	\$ 200,00										
1.2.2.5 Clausura y entrega de diplomas	1 día	jue 21/09/17	jue 21/09/17	\$ 500,00										
1.2.3 Seminario Control de calidad (ISO 26000-14001-65)	17 días	lun 06/11/1	mar 28/11/17	\$ 2.700,00										
1.2.3.1 Inaguración del taller	1 día	lun 06/11/17	lun 06/11/17	\$ 1.000,00										
1.2.3.2 Entrega de materiales	1 día	mar 07/11/1	mar 07/11/17	\$ 1.000,00										
1.2.3.3 Registro de asistencia	15 días	mar 07/11/1	lun 27/11/17	\$ 200,00										
1.2.3.4 Clausura y entrega de diplomas	1 día	mar 28/11/1	mar 28/11/17	\$ 500,00										
1.3 Control	500 días	lun 08/01/11	vie 06/12/19	\$ 22.900,00										
1.3.1 Multiplicación de los seminarios	175 días	lun 08/01/11	vie 07/09/18	\$ 10.000,00										
1.3.1.1 Educación continua asociaciones de cantones: Baba, Babahoyo, Pueblo Viejo	35 días	lun 08/01/18	vie 23/02/18	\$ 2.000,00										
1.3.1.2 Educación continua asociaciones de cantones: Buena Fe, Mocache y Palenque	35 días	lun 26/02/18	vie 13/04/18	\$ 2.000,00										
1.3.1.3 Educación continua asociaciones de cantones: Quevedo, Quinsaloma y Valencia	35 días	lun 16/04/18	vie 01/06/18	\$ 2.000,00										
1.3.1.4 Educación continua asociaciones de cantones: Urdaneta, Ventanas y Vines	35 días	lun 04/06/18	vie 20/07/18	\$ 2.000,00										
1.3.1.5 Educación continua asociaciones de cantones: Ventanas y Vines	35 días	lun 23/07/18	vie 07/09/18	\$ 2.000,00										

Proyecto: Capacitación
Fecha: 2017-2019

Tarea

División

Hito

Resumen

Resumen del proyecto

Tarea inactiva

Hito inactivo

Resumen inactivo

Tarea manual

solo duración

Informe de resumen manual

Resumen manual

solo al comienzo

solo fin

Tareas externas

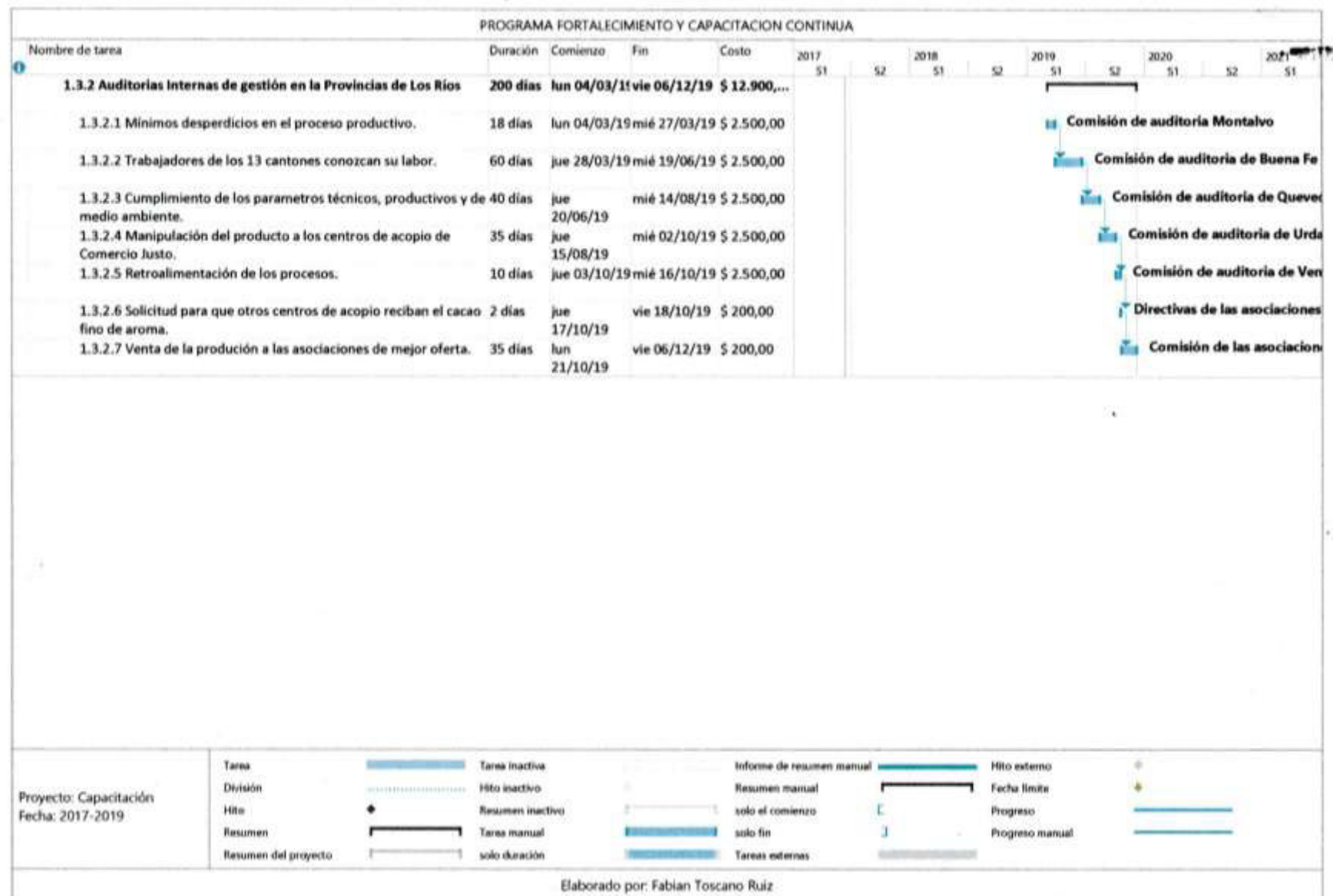
Hito externo

Fecha límite

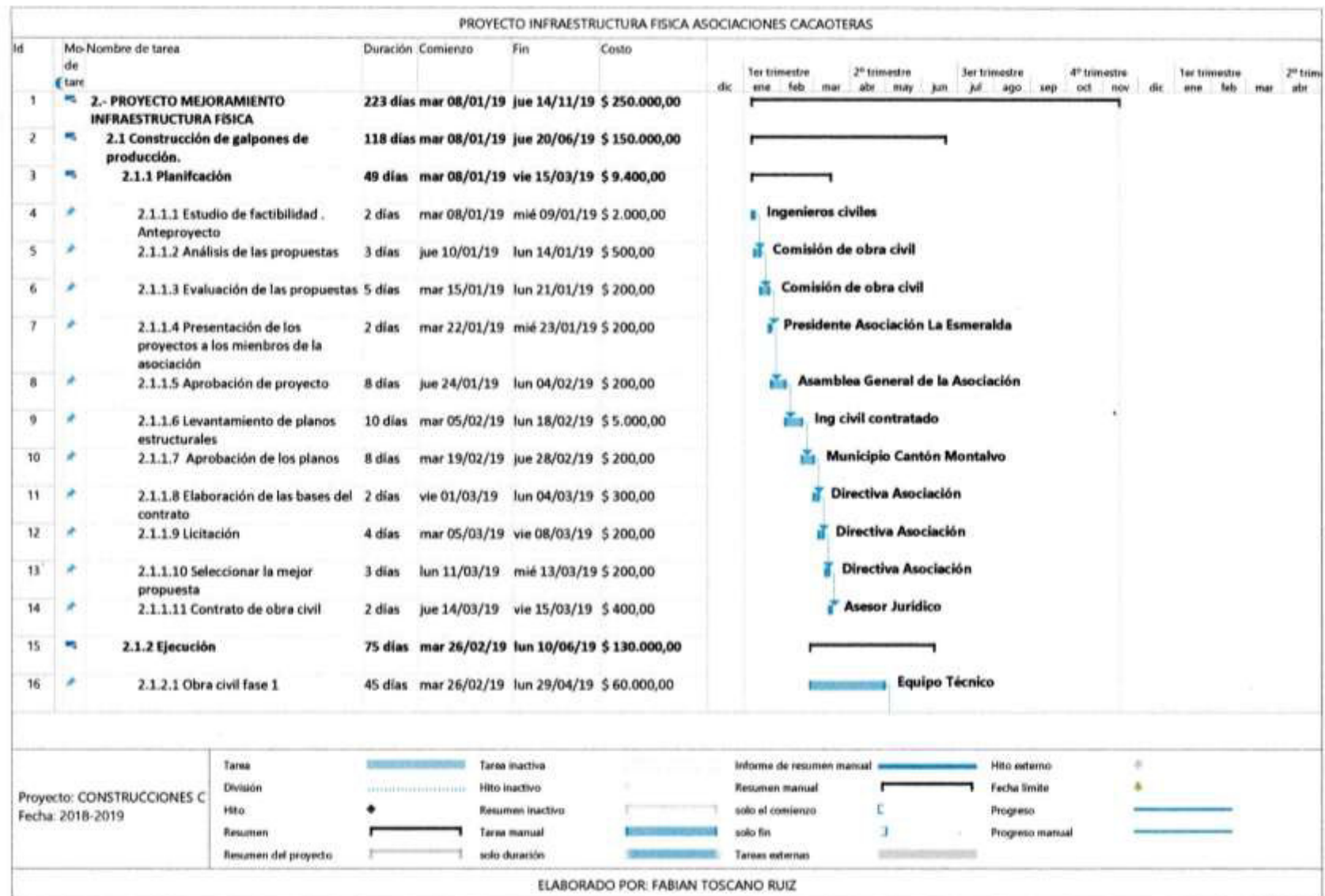
Progreso

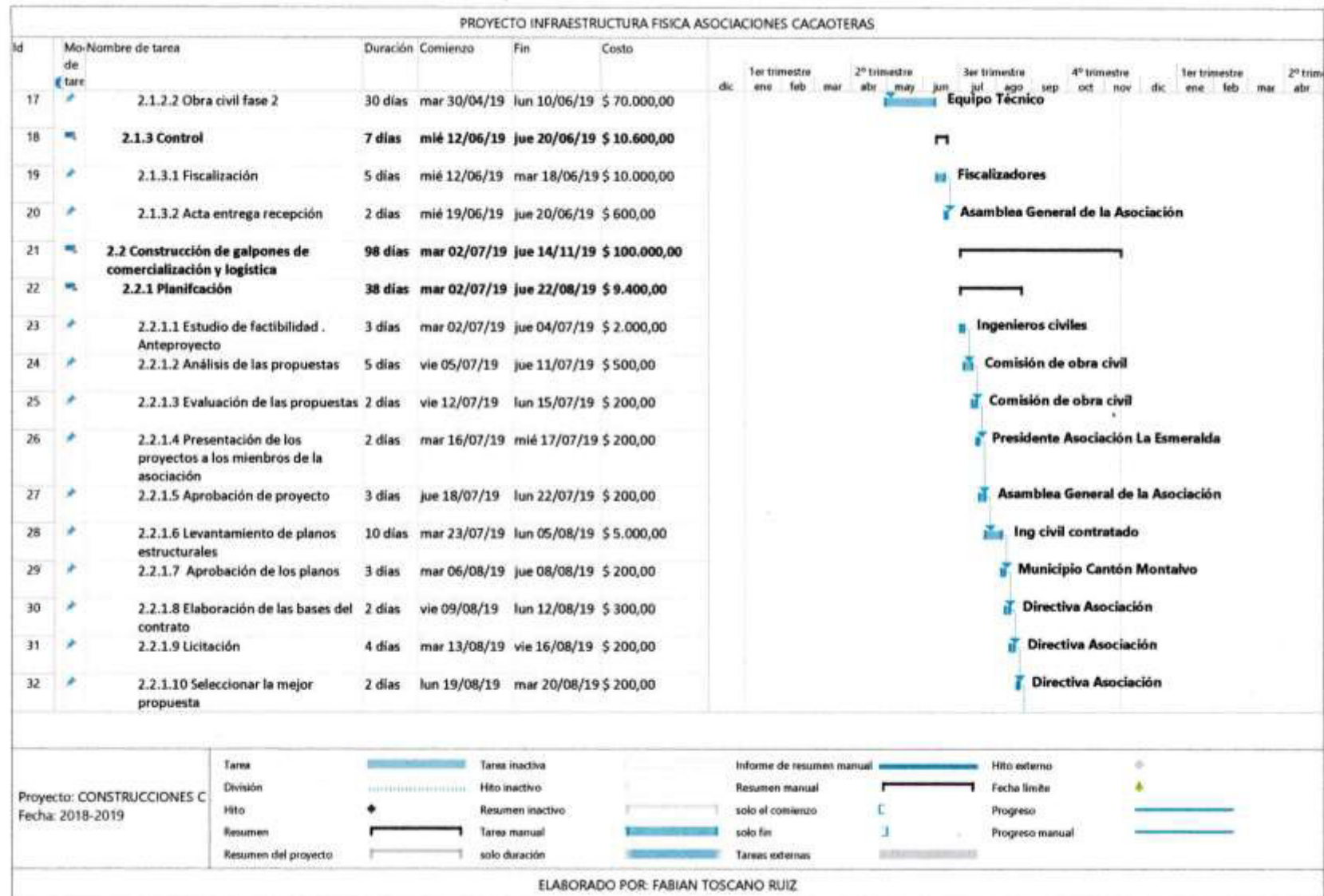
Progreso manual









Elaborado por: Fabian Toscano Ruiz



Anexo N°4.- Proyectos de infraestructura física asociación “La Esmeralda”.
























PROYECTO INFRAESTRUCTURA FISICA ASOCIACIONES CACAOTERAS																											
Id	Mo de tarea	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Costo	Trimestres																				
							1er trimestre			2º trimestre			3er trimestre			4º trimestre			1er trimestre			2º trimestre					
							dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr				
33		2.2.1.11 Contrato de obra civil	2 días	mié 21/08/19	jue 22/08/19	\$ 400,00											Asesor Jurídico										
34		2.2.2 Ejecución	40 días	mar 10/09/19	lun 04/11/19	\$ 80.000,00																					
35		2.2.2.1 Obra civil fase 1	20 días	mar 10/09/19	lun 07/10/19	\$ 35.000,00																					
36		2.2.2.2 Obra civil fase 2	20 días	mar 08/10/19	lun 04/11/19	\$ 45.000,00																					
37		2.2.3 Control	4 días	lun 11/11/19	jue 14/11/19	\$ 10.600,00																					
38		2.2.3.1 Fiscalización	2 días	lun 11/11/19	mar 12/11/19	\$ 10.000,00																					
39		2.2.3.2 Acta entrega recepcion	2 días	mié 13/11/19	jue 14/11/19	\$ 600,00																					

Proyecto: CONSTRUCCIONES C

Fecha: 2018-2019

Tarea		Tarea inactiva		Informe de resumen manual		Hito externo	
División		Hito inactivo		Resumen manual		Fecha limite	
Hito		Resumen inactivo		solo el comienzo		Progreso	
Resumen		Tarea manual		solo fin		Progreso manual	
Resumen del proyecto		solo duracion		Tareas externas			

ELABORADO POR: FABIAN TOSCANO RUIZ

Anexo N°5.- Índices de pobreza en el Ecuador 2010 – 2016.

Tabla No. 37
Tasa de pobreza nacional (*)

Años	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
%	32.8	29.6	27.31	25.5	22.49	22.352	22.90

Fuente: Banco Central del Ecuador

(*) A nivel rural que es nuestro objeto de estudio, el índice de pobreza en el 2015 fue del 39.3 % y en el 2016 del 38.2%, con una disminución del 1.1%, cifra no significativa en los parámetros de medición de la pobreza. Para el caso del cantón Montalvo Provincia de Los Ríos existen 323 agricultores asociados en 16 subasociaciones, el comercio justo no se ha dimensionado en forma particular por cuanto las cifras no representan cambios en la calidad de vida, cumpliendo los principios de solidaridad, trabajo infantil y cuidado del medio ambiente; pero si es necesario aclarar que la asociatividad ha empezado a prevalecer y la distribución de la prima de desarrollo se los hace cumpliendo con proyectos que benefician a toda la comunidad

Anexo N°6.- Fotografías de la asociación cacaotera “La Esmeralda”.



Figura 3. Marquesina interna.



Figura 4.- Marquesina externa.



Figura 5. Cajones de Fermentación.



Figura 6. Secadora-zaranda.



Figura 7. Secado definitivo del cacao orgánico.



Figura 8. Producto ensacado del cacao fino aroma.



Figura 9. Reuniones con los dirigentes de las Asociaciones en las instalaciones de La Esmeralda.